



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Liikunta- ja elämyspalvelut Uudellamaalla - ennakointityö

Hanna Kosonen
Diges ry

24/2010

Uudenmaan elinkeino-, liikenne ja
ympäristökeskuksen julkaisu



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013

Liikunta- ja elämyspalvelut Uudellamaalla - ennakointityö

Hanna Kosonen
Diges ry

Helsinki 2010

Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus



UUDENMAAN ELINKEINO-, LIIKENNE- JA YMPÄRISTÖKESKUKSEN JULKAISUJA 24 | 2010
Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

Julkaisu on saatavana myös internetistä:
<http://www.ely-keskus.fi/uusimaa/julkaisut>

ISSN-L 1798-8101
ISSN 1798-8101 (painettu)
ISSN 1798-8071 (verkkojulkaisu)
ISBN 978-952-257-166-3 (painettu)
ISBN 978-952-257-167-0 (verkkojulkaisu)

SISÄLLYS

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Ennakointityön taustaa ja menetelmät..... | 4 |
| 2 | Liikunta- ja elämyspalveluala Suomessa vuonna 2010..... | 5 |
| 2.1 | Mitä tarkoitetaan liikunta- ja elämyspalvelualoilla? | 5 |
| 2.2 | Liikunta- ja elämyspalvelualan koko Suomessa..... | 7 |
| 2.3 | Liikunta- ja elämyspalvelualan piirteitä | 8 |
| 3 | Liikunta- ja elämyspalveluala Uudellamaalla vuonna 2010 | 10 |
| 3.1 | Seuratoiminnan potentiaali | 10 |
| 3.2 | Yritystoiminnan erilaiset motiivit..... | 12 |
| 3.2.1 | Hyvinvoinnin levittäjät | 12 |
| 3.2.2 | Itsensä työllistäjät..... | 13 |
| 3.2.3 | Teknologiahähtöiset..... | 13 |
| 3.2.4 | Kilpaurheilijat..... | 14 |
| 4 | Tulevaisuuden menestystekijät..... | 18 |
| 4.1 | Hyvinvointi | 18 |
| 4.1.1 | Hyvinvoivat..... | 19 |
| 4.1.2 | Voimattomat..... | 21 |
| 4.2 | Seniorit..... | 22 |
| 4.3 | Urbanisoituminen..... | 23 |
| 4.4 | Yrittäjyys ja toimintaympäristö..... | 23 |
| 5 | Johtopäätökset ja toimenpiteet | 25 |
| | Lähteet | 27 |

1 Ennakointityön taustaa ja menetelmät

Työ- ja elinkeinoministeriön yrittäjyyskatsauksen (2009) mukaan liikevaihdoiltaan nopeimmin kasvaneita luovia aloja 2000-luvulla ovat mm. liikuntapalvelut ja muut vapaa-ajan elämyspalvelut. Odotukset alan kasvua kohtaan ovat suuret, mistä kertoo myös se, että uusia yrityksiä ”nousee kuin sieniä sateella”. Kansallinen liikuntatutkimus 2009–2010 paljasti, että aikuiset harrastavat liikuntaa ensimmäistä kertaa tutkimuksen historian aikana eniten yksityisissä yrityksissä (SLU 2010b). Yrittäjät näkevät alan mahdollisuudet huikeina. Odotuksia alaa kohtaan on myös vähitellen valtionhallinnossa, mitä todistaa työ- ja elinkeinoministeriön rahoittama ja kolmen ministeriön kanssa yhteistyössä tehty Liikunta-alan yrittäjyyden kehittämisstrategia 2020 (Koivisto 2010). Liikunta- ja elämyspalveluala on merkittävä yksityisten yrittäjien kannalta, mutta myös yhteiskunnan hyvinvoinnin kannalta mm. työurien pidentyessä luonnollisesti.

Liikunta- ja elämyspalvelualan ennakointityö Uudenmaan ELY-keskukselle tukee Digesissä alkanutta strategiatyön jatkumoa, jossa toimialaa tehdään näkyväksi (Kosonen & Tiikkaja 2008; Koivisto 2010; Liikunta-alan yrittäjyyden kehittämisen toimenpideohjelma [2011]). Ennakointityön tavoitteena on esitellä Uudellamaalla alan ominaispiirteitä, osaamis- ja kehittämistarpeita sekä toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia. Työ ennakoii tulevaisuutta oletettavissa olevien näkymien suhteen. Minkälaista yrittäjyyttä alalla on Uudellamaalla? Millaisia menestymisen edellytyksiä ja mahdollisuuksia liikunta- ja elämyspalvelualalla on olemassa? Mitkä ovat alan tulevaisuuden trendit ja mitä alan tukemiseksi tulisi tehdä?

Liikunta-ala on moniulotteinen ja hajanainen, eikä se muodosta yhtenäistä selkeästi rajattua toimialaa. Liikunta-termissä on myös tarpeettoman paljon latauksia, jotka jättävät tietyt tahot ulkopuolelle yrittäjien asenteiden takia. Tämän takia mukaan haluttiin elämyspalveluala, mutta alaa katsotaan liikunnan näkökulmasta. Ennakointityössä on jätetty mm. elämyspalveluihin kuuluvat kulttuuri-, kulinarismi-, muoti- ja mediayritykset pois.

Ennakointityön tärkein aineisto kerättiin luoville aloille kehitetyillä Jalostamo-klinikoilla, joissa tunnin mittaisissa yrityskohtaisissa sparrauksissa tavattiin yhteensä 41 alan yritystä Uudeltamaalta. Lisäksi 15 klinikkoille osallistunutta yritystä haastateltiin ennakointityötä varten koskien yritysten menestystekijöitä ja alan tulevaisuuden trendejä. Diges ry järjesti Jalostamot yhteistyössä Urheilupuisto Kisakeskuksen, YritysHelsingin, Kehitysyhtiö Posintran, Länsi-Uudenmaan Yrityshautomon, Haaga-Helia Ammattikorkeakoulun ja Länsi-Uudenmaan Yrityskeskusten kanssa. Jalostamo-klinikoiden sertifioituina asiantuntijoina toimivat Diges ry:n Petteri Huvio, Hanna Kosonen, Pekka Krook ja Helena Pekkarinen. Työssä kokeiltiin uudenlaista toimintatapaa, jossa yrityksiä ei vain haastateltu vaan samalla ne myös saivat liiketoiminnallista ohjausta. Jalostamo-klinikoiden lisäksi haastateltiin 15 liikunta- ja elämyspalvelualan sekä yrittäjyyden asiantuntijaa.

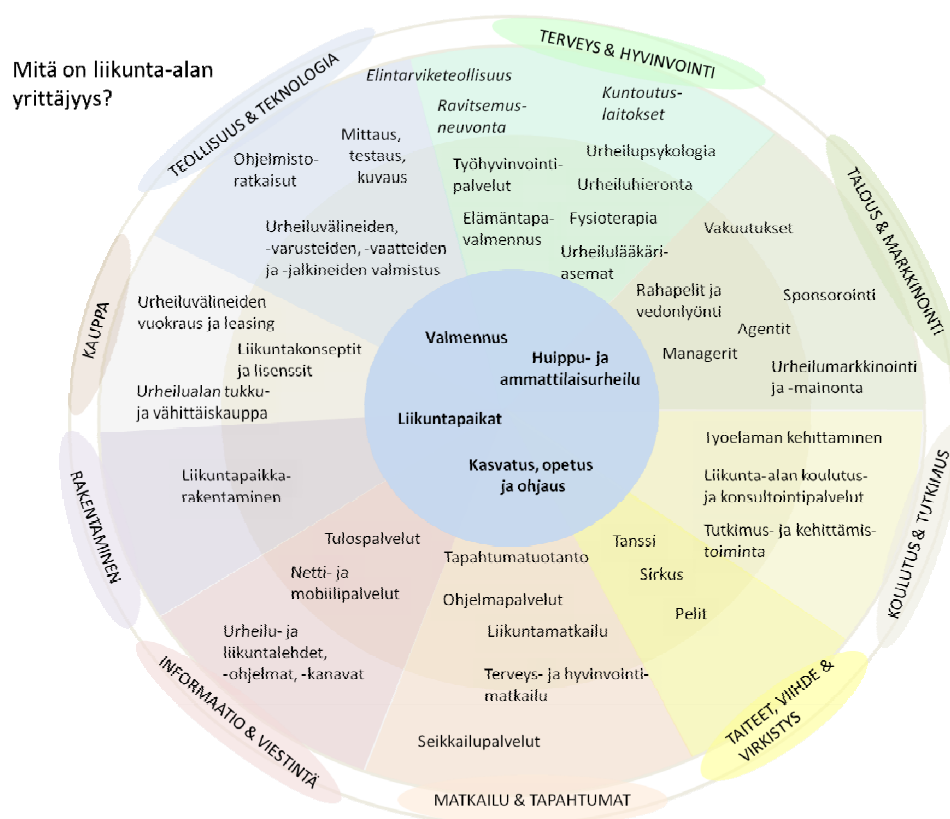
Ennakointityö tehtiin Diges ry:ssä helmi-kesäkuun aikana vuonna 2010. Kokonaistoteutuksesta ja kirjoitustyöstä vastasi FM Hanna Kosonen.

1 Liikunta- ja elämyspalveluala Suomessa vuonna 2010

Tässä luvussa esitellään ennakointityön keskeisimmät käsitteet liikunta- ja elämyspalveluala ja rajataan samalla ennakointityön aihealuetta. Lisäksi eritellään alan kokoa ja erityispiirteitä.

1.1 Mitä tarkoitetaan liikunta- ja elämyspalvelualoilla?

Liikunta- ja elämyspalvelut ovat Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategian 2015 (kauppa- ja teollisuusministeriö 2007) mukaan osa luovia aloja. Osa yrittäjistä ei miellä itseään luoviin aloihin kuuluviksi luovan alan voimakkaan kulttuuripainotteisuuden takia. Myös kehittäjien määrittellessä luovien alojen liikunta- ja elämyspalvelut jäävät ensimmäisenä alalajeista pois. Alaa ei nähdä osaksi sosiaali- ja terveyspalveluja ja näiden ryhmien välillä onkin havaittavissa voimakasta rajan vetoa.



Kuva 1. Mitä on liikunta-alan yrittäjyys? (Koivisto 2010)

Liikunta- ja elämyspalvelualan ennakointityössä liikunta- ja elämys -käsitteet ymmärretään laajasti aikaisempia selvityksiä ja määrittämiä mukailen. Valtakunnallisessa Liikunta-alan yritys- ja seuratoiminnan selvityksessä (Kosonen & Tiikka- ja 2008) todetaan, että liikunta-ala on moniulotteinen ja hajanainen, eikä se muodosta yhtenäistä selkeästi rajattua toimialaa, vaan yrittäjät toimivat monien toimialojen reuna-alueilla ja välimaastossa. Alan määrittäminen ja yksiselitteisen kuvan antaminen on vaikeaa, mutta Liikunta-alan yrittäjyyden kehittämisstrategiassa (Koivisto 2010) on luotu yksi havainnollistus alasta (ks. kuva 1). Kuva tekee näkyväksi alan erilaisia ilmentymiä, toimijoiden rooleja ja toimialojen päällekkäisyyksiä.

Liikunta- ja elämyspalvelu-alan ennakointityössä kysyttiin kahdeltakymmeneltä Jalostamo-klinikalle osallistujalta heidän sijoittumisestaan tälle kartalle ja heidän vastauksensa olivat myös moninaiset. Yhdelläkään yrittäjällä ei ole yksiselitteistä kuvaa siitä, mihin ilmentymään tai edes mihin toimialaan he kuuluvat, vaan jokainen vastaaja ympyröi kartasta useamman yrittäjyyden ilmentymän. Vastausten kirjo kertoo alan sisäisestä poikkialaisuudesta, yritystoiminnan moninaisista muodoista ja myös siitä, että toimialakohtainen ryhmittely kaventaa ja antaa liian yksiselitteisen kuvan alasta. Karkea jako tässä ennakointityössä alan yrittäjille on tehty kappaleessa 3.2., jossa liikunta-alan toimijat on ryhmitelty motiivien perusteella.

Kuvion 1 ydin edustaa liikunnalle ja urheilulle ominaista yrittäjyyttä. Yrittäjyys on ammattimaista urheilemista tai liikuttamista eli valmentamiseen tai ohjaamiseen liittyvää liiketoimintaa. Liikunta ja urheilu on yritystoiminnassa sisällöllinen lähtökohta. Kuvion kehillä liikkumiskonsepti laajenee ja väljenee moninaiseen hyvinvoinnin ja elämysten maailmaan. Mukana on liikunta-alalle liitännäistä yritystoimintaa eri sektoreilla. Nämä yritykset luovat liikunnan kannalta keskeisiä edellytyksiä ja toimintaa, esimerkiksi liikuntapaikkoja ja -välineitä. Liikunta-ala sekoittuu kuvion kehillä lukuisiin toimialoihin, kuten kulttuuriin, luovaan talouteen, matkailuun, teknologiaan, rakentamiseen ja hyvinvointialoihin.

Elämyspalvelut ovat osa kuvion toimijoita Matkailu & tapahtumat -sektorissa. Lapin matkailun yliopiston elämystuote -määritelmä on seuraavanlainen: "tuote, jonka ostamalla, käyttämällä, kuluttamalla tai kokemalla asiakas voi kokea elämyksiä. Elämystuote on perinteistä palvelutuotetta selkeästi jalostetumpi ja siten myös vaikeampi toteuttaa. Elämyksen ollessa omakohtainen kokemus, niiden takaaminen on mahdotonta. Palveluntarjoaja voi näin ollen vain luoda elämyskokemuksille otollisen ympäristön. Toimivin elämystuote perustuu aitouteen. Aitouden ohella tuotteen kriittisinä elementteinä voidaan pitää myös yksilöllisyyttä, moniaistisuutta, arjesta poikkeavuutta ja vuorovaikutusta asiakaspalvelijan, asiakkaan ja tuotteen välillä." (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010a)

90-luvun alussa saksalainen sosiologi Gerhard Schulze ennusti, että kulutuksen motivaatioperusta kääntyy ulkoapäin määräytyvästä hyötykulutuksesta kuluttajan sisältäpäin ohjautuvaksi eli elämykselliseksi kuluttamiseksi. Elämysyhteiskunnan tärkeitä toimintoja ovat arjen estetiikan toimet, kuten ostokset, lukeminen, juominen, syöminen ja urheilu. (Alanen 2007) Tässä ennakointityössä elämyksiä lähestytään liikunnan ja hyvinvoinnin näkökulmista, joten elämysalasta käsitellään vain pieni osanen. Elämyspalvelut haluttiin kuitenkin liittää osaksi ennakointityötä, koska puhtaasti liikunta-alaa tarkastelemalla olisi alan ymmärrys jäänyt suppeaksi. Kuva 1 käsittää laajuudessaan myös tässä ennakointityössä kuvattua elämysalan.

2.2 Liikunta- ja elämyspalvelualan koko Suomessa

Työ- ja elinkeinoministeriön Yrittäjyyskatsauksen (2009) mukaan Suomessa toimi vuoden 2008 lopussa noin 262 000 yritystä ilman alkutuotannon toimialoja. Yritysten määrä on Suomessa lisääntynyt vuodesta 1995 lähtien. Kasvua vuodesta 2007 kertyi 3,6 % ja syksyn taantumasta huolimatta vuonna 2008 yritysten määrä lisääntyi. Suomalainen yrittäjyys on yleensä tapa- tai sarjayrittäjyyttä, joka osaltaan selittää kasvavan yritysten määrän. Uusia yrityksiä perustavilla on usein aiempaa kokemusta yrittämisestä. Monet uusista yrittäjistä ovat naisia ja korkeasti koulutettuja, joka poikkeaa aikaisemmasta. 2008 lopettaneiden yritysten määrä kasvoi edelliseen vuoteen nähden. Suomen yrityksistä 93 % on alle kymmenen hengen pienyrityksiä, joista pääosa työllistää alle kaksi henkilöä. Pieniä ja keskisuuria yrityksiä on yhteensä 99,7 %. Uudellamaalla toimi vuonna 2007 lähes kolmasosa kaikista Suomen yrityksistä.

Liikunta-alan yrityksiä on Suomessa viimeisen Tilastokeskuksen yritysrekisterin vuositilaston (2008) mukaan 4549 (ks. kuva 2), joista suurin osa on mikroyrityksiä. Hakuun on otettu mukaan (luokka 931) Urheilutoiminta 2360 yritystä sekä (luokka 93291) Hiihto- ja laskettelukeskukset 61 yritystä, (luokka 4764) Urheiluvälineiden vähittäiskauppa 1177 yritystä, (luokka 85510) Urheilu- ja liikuntakoulutus 340 yritystä, (luokka 46493) Urheilualan tukkukauppa, (luokka 77210) Vapaa-ajan ja urheiluvälineiden vuokraus ja leasing 59 yritystä sekä (luokka 323) Urheiluvälineiden valmistus 160 yritystä. Lisäksi liikunta-alaan voidaan lukea osa luokasta Ohjelmatoimistot ja manageripalvelut, johon kuuluvat urheilumanageripalvelut sekä osa esimerkiksi elämyspalvelualasta.

| | 2007 | 2008 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|
| Liikunta-alan yrityksiä | 4417 kpl | 4549 kpl |
| Liikunta-alan yritysten liikevaihto | 2 150 213 000 € | 2 314 919 000 € |
| Liikunta-alan yritysten henkilöstö | 12505 kpl | 12 868 kpl |

Kuva 2. Liikunta-alan yritykset Tilastokeskuksen vuositilastosta vuosilta 2007 ja 2008, TOL 2008. (Tilastokeskus 2007; Tilastokeskus 2008)

Kuvassa 2 vertaillaan vuosien 2007 ja 2008 liikunta-alan yritysten lukumäärää, liikevaihtoa ja henkilöstöä. Lamasta huolimatta vuonna 2008 uusia yrityksiä tuli Suomessa alalle 132 kappaletta, liikevaihto lisääntyi 164 706 000 eurolla ja henkilöstöä palkattiin lisää 363 kappaletta. (Tilastokeskus 2007; Tilastokeskus 2008) Luvut ovat toki pieniä Suomen yritysten kokonaislukuihin verrattuna, mutta kertovat kuitenkin alan kasvuvauhdista ja luovat odotuksia tulevalle. On myös muistettava, että talouskasvun kannalta ei ole olennaista yrittäjien määrä vaan kasvuhakuisuus ja yrittäjien laatu.

Liikunta- ja elämyspalvelualan koosta ei ole yksiselitteistä tietoa luvussa kaksi esitellyn hajanaisuuden takia. Kuten ei muillakaan luovilla aloilla, ei myöskään liikunta- ja elämysaloille ole kattavaa luokitusjärjestelmää Tilastokeskuksen luokit-

teluissa. Vuosien 2007 ja 2008 vuositilastossa toimialaluokitusta on terävöitetty kuitenkin aikaisemmasta. Kuvan 2 tulokset ovat uuden luokituksen mukaisia. (Tilastokeskus 2010)

Kotitalouksien kulutusta tutkittaessa Aku Alanen (2007) on huomionut, että liikunta, tietokone ja arjen estetiikka vetävät kuluttajia nyt puoleensa, kun taas matkailu on laskussa. Liikunnan osuus nousee tasaisesti ja on nyt runsaat kaksi prosenttia. Työ- ja elinkeinoministeriön yrittäjyyskatsauksen 2009 mukaan liikevaihdoltaan nopeimmin kasvaneita luovia aloja 2000-luvulla ovatkin veneiden valmistus, äänitallenteiden kustantaminen, liikuntapalvelut ja muut vapaa-ajan elämispalvelut. Liikuntapalvelut nostetaan erikseen esiin uusille kasvu-urille nousseena henkilökohtaisten palvelujen toimialana eritoten hevosalan palvelujen sekä kuntosali-, aerobic- ja palloilutoiminnan osalta.

2.3 Liikunta- ja elämispalvelualan piirteitä

Lasten ja nuorten kansallisen liikuntatutkimuksen 2009–2010 mukaan liikunta ja urheilu ovat Suomessa ylivoimaisesti lasten ja nuorten suosituimpia harrastuksia (ks. kuva 3). Tutkimuksen mukaan lähes puolet lapsista ja nuorista liikkuu urheiluseuroissa, 13 % koulun tai oppilaitoksen urheilukerhoissa, 37–48 % omatoimisesti yksin tai kavereiden kanssa ja 21 % liikkuu jossain muualla. Tilastoissa on mukana viisi tutkimusta vuodesta 1995 lähtien. Yritysten tarjoamat liikuntapalvelut sisältyvät kohtaan jossain muualla, mikä on ainoa osallistujamääriä kasvattava taho vastaajien kesken. (SLU 2010a) Tutkimus on toistettu samalla kaavalla useana vuonna ja on siten vertailukelpoinen edellisiin tuloksiin nähden. Olisi mielenkiintoista kuitenkin tietää kuinka paljon jossain muualla -taho koostuu yrityksistä.

Miten ja missä lapset ja nuoret harrastavat urheilua?

| | 1995 N=6.106 | | 1997-98 N=5.520 | | 2001-02 N=5.531 | | 2005-06 N=5.505 | | 2009-10 N=5.505 | |
|-----------------------|-----------------|---------|--------------------|---------|--------------------|---------|--------------------|---------|--------------------|---------|
| | % | Määrä | % | Määrä | % | Määrä | % | Määrä | % | Määrä |
| Urheiluseurassa | 34 | 352.000 | 36 | 376.000 | 40 | 427.000 | 42 | 417.000 | 43 | 424.000 |
| Koulun urheilukerho | 9 | 99.000 | 8 | 81.000 | 18 | 190.000 | 15 | 155.000 | 13 | 125.000 |
| Omatoimisesti yksin | 24 | 239.000 | 36 | 373.000 | 40 | 424.000 | 41 | 410.000 | 37 | 364.000 |
| Omatoimisesti/kaverit | 35 | 360.000 | 44 | 457.000 | 58 | 618.000 | 54 | 541.000 | 48 | 468.000 |
| Jossain muualla | 10 | 106.000 | 13 | 135.000 | 13 | 136.000 | 13 | 134.000 | 18 | 181.000 |

• Sarakesumma ylittää 100%, koska monet 3-18-vuotiaat harrastavat urheilua useamman tahon kanssa

Kuva 3. Lasten ja nuorten urheiluharrastustahot. (SLU 2010a)

Myös aikuiset liikkuvat aktiivisesti. Kansallisen liikuntatutkimuksen 2009–2010 aikuisliikuntaosioista käy ilmi, että 19–65 -vuotiaista liikuntaharrastuskertoja on 55 %:lla vähintään neljä viikossa ja 35 %:lla 2-3 kertaa. Merkittävää on, että ensimmäistä kertaa liikuntatutkimuksen historian aikana aikuisliikuntaa harrastetaan nyt eniten yksityisten yritysten järjestämänä (ks. kuva 4). Työpaikan järjestämä

liikunta on myös tasaisessa kasvussa, vuodesta 2001–2002 määrä on kasvanut 6 %:sta 11 %:iin. (SLU 2010b) Yleensä työpaikkaliikunta on järjestetty ostopalveluna yrityksiltä, joten tässäkin suhteessa liikuntayritystoiminta on kasvussa.

Missä tai keiden järjestämänä 19-65-vuotiaat harrastavat liikuntaa ja kuntoilua?

| | 2001-02 | | 2005-06 | | 2009-10 | |
|-----------------------------------|---------|------------|---------|------------|---------|------------|
| | % | Lkm.estim. | % | Lkm.estim. | % | Lk. estim. |
| Urheiluseurassa | 12 | 383.000 | 13 | 440.000 | 14 | 459.000 |
| Muu liikuntajärjestö | 4 | 130.000 | 4 | 141.000 | 5 | 173.000 |
| Kansalais- ja työväenopisto | 3 | 94.000 | 3 | 100.000 | 4 | 117.000 |
| Muuten kunnan järjestämänä | 2 | 60.000 | 3 | 99.000 | 4 | 146.000 |
| Työpaikan järjestämänä | 6 | 205.000 | 9 | 283.000 | 11 | 350.000 |
| Oppilaitoksen järjestämänä | 1 | 19.500 | 1 | 48.000 | 2 | 57.000 |
| Yksityiset yritykset | 4 | 133.000 | 9 | 282.000 | 15 | 505.000 |
| Erityisryhmien järjestöt | * | 10.000 | * | 11.500 | * | 14.000 |
| Kansanterveysjärjestöt | * | 4.000 | * | 4.000 | * | 4.000 |
| Omatoinisesti yksin | 75 | 2.450.000 | 76 | 2.510.000 | 81 | 2.685.000 |
| Omatoinisesti ryhmässä | 45 | 1.450.000 | 57 | 1.860.000 | 55 | 1.835.000 |

Prosenttitaulukon sarakesumma ylittää 100 prosenttia, koska liikunnan harrastusta voi toteuttaa useamman tahon kautta

Kuva 4. Aikuisliikunnan harrastustahot. (SLU 2010b)

Yritysmuotoinen toiminta on varsin nuorta liikunta-alalla. Muutamien harvojen pioneiryrittysten aikaa olivat 70- ja 80-luvut, mutta 90- ja 2000-luvuille tullessa liikunta-alan yritysten perustaminen ja yrittäjäys ovat kasvaneet voimakkaasti. Kuntokeskuksilla on jo vankka asema maassamme ja yritysmuoto on hyväksytty tapa harjoittaa elinkeinotoimintaa. Kaupallisia tai yksityisiä kuntokeskuksia tai -saleja oli vuonna 2009 tehdyn kartoituksen perusteella Suomessa 441. Kuntosaliryttäminen on suurimmalle osalle omistajista ensisijainen pääomatulonlähde ja keskuksissa tehdään varteenotettavaa liiketoimintaa. Ketjuuntuminen ja franchising-toimintamalli ovat ominaisia kuntokeskusalalla. (Palmu 2009)

Alan piirteet noudattelevat hyvin kasvavan alan ominaisuuksia järjestäytymättömyydestä pioneeritoimintaan ja yleisesti kovaan luottamukseen, joka alan kasvua ja mahdollisuuksia kohtaan on olemassa. Suomen Kunto- ja terveysliikuntakeskusten yhdistys SKY ry valvoo alan yrittäjiä, mutta muuten yritykset ovat hajanaisesti järjestäytyneet mm. AKAVA:n ja ERTO:n alajärjestöihin. Niin alan toimijat, ulkopuoliset kuin tulevaisuuden tutkijatkin uskovat alan kasvuun, mikä tuo liikunta- ja elämyspalvelualalla uusia yrittäjiä ja tuotteita.

”Milloin sinä menet oikeisiin töihin taas?”

-liikunta-alan yrittäjän lähipiirissä esitetty kysymys, jota menestyksekkään avauksen jälkeen ei ole sittemmin esitetty

Liikunta- ja elämyspalvelualat eivät ole vielä saaneet ansaitsemaansa arvostusta, siksi alan toimijat joutuvat puolustelemaan olemassaoloaan. Taustalla on suomalainen urheiluseurojen vapaaehtoisperinne. Myös median rakastamat elämäntarinat työelämän oravanpyörästä pois hypänneistä jooga- tai elämyspalveluyrittäjästä tukevat tätä käsitystä.

3 Liikunta- ja elämyspalveluala Uudellamaalla vuonna 2010

Tässä luvussa esitellään Jalostamo-klinikoissa ja asiantuntijahaastatteluissa nousseita liikunta- ja elämyspalvelualan piirteitä Uudellamaalla vuonna 2010. Ensiksi käydään läpi seuratoiminnan tämän hetken tilaa ja liiketoiminnallisia mahdollisuuksia. Liikunta- ja urheiluseurat on otettu mukaan niiden tärkeän liikuttajaroolin ja tämän hetken voimakkaiden järjestötoiminnan muutosten takia. Toisessa alaluvussa esitellään alan yrittäjien taustamotiiveja sekä tätä kautta toimintaympäristöön että osaamiseen liittyviä tarpeita. Yritykset on jaettu motiivien perusteella neljään eri ryhmään.

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että liikunta-alalla roolit eivät ole selkeät seurojen ja yritysten suhteen. Julkisesti tuetut ja verohelpotuksin toimivat yleishyödylliset yhdistykset tarjoavat osin samoja palveluita samoin nimikkein kuin yritykset, mikä yritysten näkökulmasta luo epätervettä kilpailua. Seurojen edustajat eivät koe tilannetta vääristyneenä kilpailuna, sillä heidän asiakaskohderyhmänsä on erilainen. Liikuntalain mukaan kunnat ja valtiot järjestävät alalle yleiset edellytykset ja pääasiassa liikuntajärjestöt vastaavat liikunnan järjestämisestä (Liikuntalaki 18.12.1998/1054). Laki vaikuttaa päätöksentekoon kuntien kumppanuussopimuksia solmittaessa ja vuokratiloja jaettaessa. Päällekkäistä tarjontaa on nimenomaan ryhmäliikunta, juoksu-, tennis-, laskettelu-, golf- ja tanssituntien osalta. Yritykset eivät juuri tarjoa esimerkiksi jääkiekko-, suunnistus-, hiihto-, kamppailulaji- tai pyöräkursseja. Toki yhtiöitymistä on näissäkin lajeissa vähitellen tapahtumassa.

Yritykset tarjoavat tällä hetkellä palveluita lähinnä hyväkuntoisille aikuisille. Muutama lasten liikuntapalveluita tarjoava yritys on viime vuosina syntynyt, mutta lapset liikkuvat edelleen lähinnä seuroissa tai itsenäisesti. Terveysliikuntayrityksiä on vähän samoin kuin on vanhustenkin liikuntaan erikoistuneita yrityksiä.

3.1 Seuratoiminnan potentiaali

Suomessa kunnat ovat perinteisesti luoneet liikuntapalveluille edellytykset ja liikuntaseuroissa on vapaaehtoisin voimin tuotettu palvelut liikuntapaikoille. Kansainvälisestikin erottuva ja merkittävä vapaaehtoistyö urheiluseuroissa on mahdollistanut tasavertaisen suurten jäsenmäärien liikuttamisen. Seuratoiminta perustuu Suomessa yhteisöllisyyteen, perinteeseen ja talkoisiin, kun maailmalla seurat toimivat liiketoiminnan periaatteilla tai lahjoitusten ja hyväntekeväisyyden varassa. 80-luvulta lähtien järjestökenttä on laajentunut ja organisoitunut lajiliitoiksi, aluejärjestöiksi ja paikallisiksi hallintoportaiksi. Palkatun henkilöstön määrä on kasvanut näissä elimissä ja myös uusia toimintakulttuureita ja -malleja on otettu käyttöön. Järjestötoiminta on ammattimaistunut yritysmaailman esimerkkejä noudattaen. (Heikkala 2000; Koski 2009)

Seuratoiminta on tällä hetkellä voimakkaassa muutoksessa varsinkin kasvukeskuksissa. Toiminnan mahdollistavat talkoot eivät houkuttele enää jäseniä ja siksi toimintaa on haasteellista järjestää. Vapaaehtoistoiminnasta on tullut lyhytjänteistä ja vastuuta joutuu ottamaan korostetusti ”aina se sama pieni joukko”. Osaltaan seuratoimintaa leimaa eriarvoisuus, sillä joidenkin lajien harrastaminen voi maksaa lasta kohti jo yli 1000 euroa kuukaudessa.

Ihmisten vapaa-ajasta kilpailevat moninaiset tahot, työ ja yleensä eläminen sekä paikasta toiseen liikkuminen vievät kasvukeskuksissa enemmän aikaa. Ihmisten

päivittäisiä valintoja ja ajankäyttöä muovaavat myös yksilöllistyminen, muuttoliike kasvukeskuksiin, talouden suhdannevaihtelut ja työelämän muutokset. Varakat vanhemmat maksavat mieluummin lapsensa harrastuksista rahalla kuin käyttävät aikaansa talkoisiin, jolla varoja kerätään. Toisaalta talkoot mahdollistavat jokaisen yhteiskuntaluokan mukana olon, minkä takia kunnat ja valtiot tukevat urheiluseuratoiminnan rakenteita - kansalaisilla tulee olla yhdenvertainen mahdollisuus liikunnan harrastamiseen. (Kosonen 2010; Kosonen & Tiikkaja 2008)

Helsingin metropolialueella toimii useita todella suuria seuroja ja niissä toiminta on luottamustehtäviä lukuun ottamatta järjestetty ammattimaisesti. Valmentajat ja ohjaajat saavat palkkaa työstään ja urheiluseuraa johtaa ja toimintoja koordinoivat palkatut henkilöt. Kuitenkin kustannusten kurissa pitämiseksi joukkueiden sarjatoiminta sekä tapahtumien ja kilpailuiden järjestäminen vaatii vapaaehtoistyötä. Valmentajien korvaukset ovat usein pieniä ja hyviä juniorivalmentajia puolitalloperiaatteella on vaikea saada mukaan.

Perinteikkäiden seurojen toimintaa on vaikea uudistaa muuttuvan maailman tahtiin, koska vastuu on luottamushenkilöillä, joilla taas ei ole aikaa, eikä välttämättä tahtoaakaan muutokseen. Lisäksi seuroilla on historialliset kilpaurheiluun tähtäävät velvoitteet, joiden mukaan toimitaan. (Kosonen 2010; Krook, P 2010) Seurojen entiset työntekijät tekevät irtiottoja yritysmaailmaan. Taustalla on halu tarjota asiakkaille inhimillisiä harjoitusaikoja, laatua, tasapuolista palvelua ja seikkailullisia sekä elämyksellisiä elementtejä. Näitä pioneereja tosin on vielä harvassa.

CASE Gymicom

Gymicom on lasten ja nuorten liikuntaan erikoistunut yritys ja Gymi yrityksen kuntoklubi. Gymi tarjoaa monipuolista voimistelua ja liikuntaa tytöille ja pojille, mutta myös yrityksille, yhdistyksille ja kunnille. Asiakkaina Gyymeissä käyvät lähinnä hyvin toimeentulevien koulutettujen vanhempien lapset, jotka haluavat maksaa hyvästä palvelusta. Yrityksen perustajat olivat toimineet kauan seuroissa, jossa toiminnan kehittäminen oli vaikeaa ja hidasta. Nyt oma yritys mahdollistaa korkean laadun ja loppuun asti mietityt tuotteet. Gymi -brändiä on kehitetty franchising-ketjuksi ja uusia toimipisteitä avataan lähiaikoina lisää. Perustajaomistaja Christina Nurmen sanoin "lähdimme heti tekemään isommin. Ei olla vielä huokaistu missään vaiheessa, vaan laajennetaan."

Seurat toimivat edelleen palloiluliigajoukkueita ja tilayhtiöitä kuten golfkenttä- ja maneesiyhtiöitä lukuun ottamatta yleishyödyllisinä yhdistyksinä. Moni iso seura on kiinnostunut yritysmuotoisesta toiminnasta, koska sitä kautta palveluiden laatua saataisiin nostettua. Kiinnostuksen aste on tällä hetkellä lähinnä oheispalveluiden yritysmuotoisessa tuottamisessa, ei niinkään päätoiminnan eli junioriliikunnan yleishyödyllisyydestä luopumisessa. Kunnat ostavat seuroilta palveluita koko ajan enemmän. Mikäli kunnat toivovat ammattilaisten palveluja, olisi yritysmuotoinen tuottajamalli ainoa ratkaisu. Perustettavat yritykset tarjoaisivat palveluita kunnille, yrityksille ja yksityishenkilöille ja voitot kohdistettaisiin suoraan seuratoiminnan kehittämiseen ja siten saataisiin esimerkiksi talkootarvetta vähennettyä. (Kosonen 2010; Kosonen & Tiikkaja 2008)

Joitakin surullisia esimerkkejä on myös nähty perinteisen seuratoiminnan muuttamisesta yritysmuotoiseksi, jolloin toiminta on loppunut osaamisen puutteessa konkurssiin. **Seuroilla on tarvetta monipuoliseen liiketoiminnalliseen**

osaamiseen, tuotteistamiseen ja markkinointiin. Yleensäkin kaupallinen ajattelu-tapa on seuratoiminnassa vierasta.

Huomioitavaa on, että seurojen toimitilat ovat osakeyhtiömuodossa, vaikka tilat ovat saattaneet olla seurojen hallussa jo vuosikymmeniä yhdistyspohjalta. Tästä nousee eräs liikunta-alan erityispiirre selkeästi esiin: **liikunta-alan tulos tehdään liikuntapaikasta, jossa palvelu on liiketaloudellisesti ajateltuna oheistuote.** Täs-tä syystä esimerkiksi jäähallit, golfkentät ja maneesit ovat yhtiöitetty.

Toinen huomioitava asia on se, että **kilpailutoimintaan liittyen seuralähtöistä yritystoimintaa on vain muutamassa lajissa**, joista jääkiekko on selvästi vahvin. Ilmasto-oloista johtuen Suomi on talviurheilukansaa ja suurta yleisöä kiinnostavat sisäurheilulajit. Jääkiekko tarjoaa sopivasti tuotteistettua, kaukaloitua viihdettä, jossa yhteisöllinen aito kokeminen yhdistyy fanikulttuuriin. Jääkiekkokansan hurmos ei Suomessa ihan saavuta yhtä elämäntapauskontomaista tilaa kuin esi-merkiksi joissain fanaattisissa jalkapallomaissa saavutetaan, mutta seurauskovai-suutta on Helsingissäkin havaittavissa. Tämän voi nähdä esimerkiksi Norden-skiöldinkadulla tai Areenan lähetyvillä kotiottelun aikaan, kun Helsingin IFK:n tai Jokereiden väreihin kietoutuneet kokonaiset perheet vaeltavat pyhättöihinsä.

3.2 Yritystoiminnan erilaiset motiivit

3.2.1 Hyvinvoinnin levittäjät

Liikunta- ja elämyspalveluyrittäjyyteen ajavat usein ihmisten ideologiset motiivit, joissa taloudelliset voitot eivät ole lähtökohtana. Monien yrittäjien tavoitteena on levittää liikunnan tai luontoelämysten ilosanomaa, niiden positiivisia vaikutuksia fyysiseen ja psyykkiseen terveyteen sekä yleensä jaksamiseen. Yrittäjä on saattanut itse kokea voimakkaasti liikunnan ja luontoelämysten positiiviset vaikutukset jos-sain elämänsä kriisitilanteessa ja haluaa jakaa tätä mahdollisuutta muillekin. Taus-talla voi olla jopa hyvin tarkkaan määritelty kohde "auttamiseen" kuten työiän pidentäminen, perheiden hyvinvointi tai naisten jaksaminen.

Tieto ihmisten pahoinvoinnista ja myös sen kustannuksista kannustaa alan yrittäjyyteen. Liian vähäinen liikunta aiheuttaa Suomessa arviolta 300–400 miljoo-nan euron kustannukset. Summa koostuu mm. terveydenhuolto- ja sosiaalimenois-ta, sairaspöissaoloista ja työn tuottavuuden alenemisesta. (Fogelholm, Paronen & Miettinen 2007) Kulujen taustalla on ihmisten terveys ja hyvinvointi. Ideologisen motiivin omaavat yrittäjät pyrkivät työllään korjaamaan näitä epäkohtia.

Yleisestikin suomalaisten yrittäjiksi siirtymä selittää itsenäisyyden tavoittelu ja itsensä toteuttaminen. Liikunta-alan yrittäjät toteuttavat itseään ja hyvinvoinnin levittämis-ideologiaansa liikunnan ja elämysten keinoin. Nämä yritykset eivät kuu-lu yleensä kasvuyrityksiin, sillä kasvuyrittäjyyden taustalla on enemmänkin "posi-tiivinen ahneus" ja halu vaurastua. Hyvinvoinnin levittäjät harvoin ottavat kasvu-yrittäjien tapaan suuria riskejä suurten tuottojen toivossa. (Pajarinen & Rouvinen 2006)

Olennaista tässä on se, että **alalla on hyvinvoinnin levittäjiä ja alalle haluaa toimijoita levittämään hyvinvointia. Yrittämisen onnistumiselle tärkeää on hy-vinvointipalveluiden kokonaisvaltainen suunnittelu ja toteutus. Potentiaalia on siis sekä yrittäjissä että asiakkaissa** ja kustannustehokkaista syistä myös valtion-rakenteiden uudistamisessa (ks. lisää 4.1.).

3.2.2 Itsensä työllistäjät

Osa liikunta- ja elämyspalveluyrittäjistä on päätenyt alalle työllistääkseen itsensä. Yrityksen perustaminen on ollut heille järkevintä toimeentulon saannin takia ja heitä motivoi tekeminen ja itsensä elättäminen. Joukko on hyvin tietoinen alan kasvavasta asiakaspotentiaalista, mutta toiminta rajoittuu ilman verkostoja kapealle sektorille ja toimeentulo on siten tiukassa. Yleensä nämä ovat pieniä yhden hengen palveluyrityksiä. Yleisestikin Suomessa yrittäjäksi lähdetään enemmän todennäköisesti pienestä ja vähemmän todennäköisesti innovatiivisesta ja/tai korkean tuottavuuden yritystoiminnasta ja jopa pakosta, mikä kertoo taas siitä, etteivät työmarkkinat ainakaan kaikilta osin toimi (Pajarinen & Rouvinen 2006).

Haasteena näille pienille yrityksille on asiakaskunnan vakiinnuttaminen. Ideaalitalanne olisi aikataulutusten ja asiakashallinnan suhteen, että yrittäjä voisi tehdä yhdelle tai kahdelle taholle töitä. Esimerkiksi usealle taholle jumppatunteja vetävälle yrittäjälle, jolla ei ole omaa salia, voivat pääkaupunkiseudulla koitua haasteeksi välimatkat ja niihin vaihtelevasti kuluva aika. Paikasta toiseen suhahtelevalla yrittäjällä ei useinkaan ole mahdollisuutta verkostoitua, mikä parantaisi yrittämisen edellytyksiä.

Liikunta- ja elämyspalvelualalla on paljon yrittäjiä, jotka monistavat ja myyvät valmista palvelua. Tuotteet tulevat yleensä ulkomailta ja niiden lisensoitu käyttö on yrittäjille kallista, mutta taitavasti rakennetut tuotteistetut palvelut tehoavat kuluttajiin. Kuitenkin esimerkiksi lisensoitu Boddypump® -ohjaaja on käynyt viikonlopun koulutuksen, jonka jälkeen hänen lisenssinsä hyväksytään videoidun ohjauksen perusteella. Tällaisella Boddypump -ohjaajalla voi olla vain edellä mainittu koulutus takana, kun taas liikuntaneuvoja (aikaisempi liikuntaohjaaja) koulutetaan kolme vuotta alalle ja koulutukseen kuuluu mm. ryhmäliikuntaohjausta 90 tuntia. Formaattibisnestä lähenevällä jumppa-alalla on kehitetty myös kuntokeskusketjuratkaisuja, kuten Elixian Boddypumpia muistuttava ELIXIA Power.

Itsensä työllistäjät eivät ole kasvuyrittäjiä, mutta heidän tilannettaan helpottaisivat mahdollisuudet verkostomaiseen yrittämiseen, jossa useamman yrittäjän markkinointia, myyntiä ja asiakashallintaa hoitaa sama palveluntarjoaja. Lisäksi palveluiden tuotteistamiseen, hinnoitteluun ja kansainväliseen vientiin tarvitaan apua, jotta suomalainen formaattibisnes vähitellen saavuttaisi muiden maiden (yleensä amerikkalaisten) etumatkaa, eikä yrittäjien varat valuisi lisenssimaksuissa ulkomaille.

3.2.3 Teknologiahähtöiset

Liikunta- ja elämyspalveluyrittämisen taustalla voi olla yrittäjän oma tai lainattu teknologinen idea, jota hän soveltaa alan kysyntään sopivaksi. Halu soveltaa ja kokeilla riskillä ideaansa ajaa yrittäjyyteen, mutta myös suomalaiset teknologian menestystarinat Nokiasta Suuntoon ja Polariin. Yrittäjäpolitiikka ja tukijärjestelmät ovat olleet hyvin teknologiamyönteisiä, joten teknologiayrityksillä on ollut Suomessa viime vuosikymmenten aikana erinomaiset kasvumahdollisuudet. Tulevaisuudessa voimistuu entisestään tuotteiden suunnittelussa ja muotoilussa vastuullisuus, kuluttajat ovat tietoisia ja vaativat samaa yrityksiltä.

Digitaalinen ympäristö antaa aivan uusia mahdollisuuksia laajojen ryhmien osaamisen hyödyntämiseen esimerkiksi tuotekehityksessä. Sosiaalisten medioiden yms. avulla yritysten, kuluttajien ja tuottajien väliset rajat hämärtyvät. Teknologia tarjoaa myös rajoittamattoman "paikalla olon", sisältöjen kuluttamiselle aika ja paikka ovat rajoittamattomat.

Tutkimustulokset osoittavat, että Suomessa uusia teknologioita ja menetelmiä kaupallisiin tarkoituksiin riskihakuisesti rohkeasti soveltava ja kokeileva yrittäjyys tukee eniten talouskasvua (Pajarinen & Rouvinen 2006). Olisi mielenkiintoista selvittää kasvuyrityksien ominaisuuksia vähemmän teknologiayhteisessä maassa, jossa palvelut ovat tärkeä vientituote. Tuloksista voitaisiin päätellä toimintaympäristön vaikutuksia yritysten menestykseen ja sitä kuinka Suomessa palveluyrittäjiä tulisi paremmin tukea.

Bloomjack Oy:n ModZ-liikuntamotivaattori

Aalto-yliopiston Design Factorystä valmistui huhtikuussa 2010 ModZ-liikuntamotivaattorin prototyyppi. Salla Kosken nettipohjaisen konseptin tarkoituksena on innostaa lapsia löytämään liikunnan riemu. Kannettava langaton mittari mittaa lapsen liikunnan määrää ja suorituksista saa internetsovelluksessa palkinnoksi musiikkia, videoita tai sponsoreiden tuotepalkintoja sekä pelipolletteja, joilla lapsi voi kehittää esimerkiksi virtuaalihahmoaan. Sovellus tarjoaa lapselle myös liikuntahaasteita.

Nyt tuote ja tekniikka on hiottu loistokuntoon ja on vuorossa suomalaisten kannalta haastavin vaihe eli tuotteen kaupallistaminen. Koski hakee kumppaneita ja bisnesenkeleitä päästäkseen markkinoille nopeammin, mutta hän neuvoo hakemaan kumppaneita varovasti. Eräs alan toimija oli kiinnostunut kumppanuudesta, mutta ilmoittikin ryhtyvänsä itse kehittämään samaa ideaa. "Koko ajan pitää miettiä mitkä ovat vastapuolen intressit. Vastuu on kuitenkin yrittäjällä itsellään."

Öhrnberg, P. Kauppalehti 1.6.2010

Teknologia- ja liiketoiminnassa yrittämisessä on myös tärkeää **verkostoitua**, koska teknologisen innovaation markkinoille saattaminen ja tuotteen asiakkaalle myyminen on monivaiheinen ja erilaisia osaamisia vaativa prosessi. Tarvitaan vähintään liikunta- ja elämysalan sisältö-, markkinointi-, myynti/jakelukanava-, teknologia-, tuotanto- ja tuotteistusosaamista, mutta myös käytettävyyteen liittyvää osaamista. Suomalaisille teknologiayrityksille **suurimpana haasteena tällä hetkellä tuntuu olevan käytettävyys**. Tämä varmasti johtuu liian insinöörivetoisesta koulutuksesta ja rekrytoinneista alan firmoihin. Tästä esimerkkinä ihan käytännön tasolla Nokia/Apple. Nokian Ovi-palvelulla on muutamia satoja käyttäjiä, kun Applen vastaava iTunes-palvelun käyttäjiä on satoja miljoonia. Kuluttajalle ei ole väliä kuka varastaa kenen patentteja vaan se, kumman laitetta on miellyttävämpää ja helpompaa käyttää.

3.2.4 Kilpaurheilijat

Kilpaurheilutaustaisia yrittäjiä on kaksi erilaista ryhmää. Ensimmäinen ryhmä koostuu niistä, jotka saavat elantonsa eri yhteyksien kautta kilpaurheilutoiminnasta ja toinen ryhmä koostuu niistä, jotka itse ovat harrastaneet tai ammatikseen kilpailleet ja nyt työllistävät samalla alalla itsensä.

Kilpaurheilulla työllistyvät

Suomessa kilpaurheilun ja -menestyksen ympärillä toimii muutamia yritysryhmiä, tosin toiminta on varsin pientä verrattuna ulkomaisiin esimerkkeihin. Näitä yritysryhmiä ovat mm. 5.1. kappaleessa mainitut liigajoukkueet, muutamat yksilöurhei-

lijat, välinehuoltajat, valmentajat, agentit, managerit, hierojat, urheilupsykologit ja ravitsemusterapeutit sekä tapahtuma- ja matkajärjestäjät.

Suomalainen kilpa- ja huippu-urheilu on muutamaa palloilulajia ja yksittäisiä yksilöurheilijoita lukuun ottamatta harrastuspohjaista toimintaa. Opetus- ja kulttuuriministeriön tilaaman ja Risto Niemisen johtaman huippu-urheilustrategiaryhmän ehdotuksen mukaan vuoden 2010 aikana käynnistyy suomalaisen huippu-urheilun muutosprosessi, jossa huippu-urheilukulttuuria vietään kohti uudenlaista toimintatapaa (opetusministeriö 2010). Prosessiin on aihetta, kuten Vancouverin olympialaisten menestyksestä ja loppuraportistakin voimme todeta (Suomen Olympiakomitea 2010a).

Sekä Niemisen huippu-urheilustrategiaehdotuksessa että Vancouverin analyysissä **peräänkuulutetaan laadukkaampaa toimintatapaa niin päävalmentajien, lajiliittojen kuin yleensä toimintaympäristön ja -edellytysten suhteen.** Huomiota kiinnitettiin myös psyykkisen valmennuksen puutteeseen, koska tällä hetkellä sitä käyttävät vain muutamat urheilijat henkilökohtaisesti. Tukea psyykkiseen valmennukseen ei juuri keskusjärjestöjen taholta ole annettu. Huippu-urheilu on suuressa määrin tiimityöskentelyä ja tulokset ovat tiimin tason mukaiset. Vaikka joukkue tai urheilija on tehnyt osansa kuinka täydellisesti, eivät he voi menestyä, mikäli jokin palanen tiimissä ei ole samalla tasolla.

"Mitä enemmän urheilija saa tehdä omaa asiaansa, sitä paremmin hän menestyy. Ammattilaiset haluavat toimia ammattilaisten kanssa."

Huippu-urheilun rakenteissa on perustavanlaatuisia ongelmia, koska rahavirrat eivät ohjaudu tekijöille kuten urheilijalle, eivätkä varsinkaan hänen tiimilleen. Yritysmuotoiset toimijat kuten mediatilat, tapahtuma- ja urheilijamarkkinointi ja tilapalvelut ovat osanneet tuotteistaa ja hinnoitella palvelunsa urheilun ympärille. Hinnoittelun taitavat myös kansainväliset lajiliitot ja olympiakomitea, joille maksetaan suuria summia esim. arvokisojen järjestämisestä ja televisio-oikeuksista. Suomalainen huippu-urheilija voi ansaita kohtuullisesti, mutta ansiot eivät mahdollista tiimille hyviä ansioita. Usein tiimi koostuu palavasieluisista urheiluihmisistä, jotka omasta innostuksestaan ilman taloudellisia tavoitteita haluavat olla mukana menestymässä. Tämä ei millään muulla alalla, jossa ollaan maailman huippuluokkaa, ole mahdollista.

Ammattiurheilijoita kohtaan verottajan kanta on Suomessa ollut vuoteen 2010 ja golfari Mikko Ilosen tapaukseen asti tiukka, sillä urheilijat eivät ole voineet urheilla, hoitaa rahaliikennettään ja talouttaan osakeyhtiön kautta. Ammattitaiteilijoiden rinnalla myös urheilijoiden ansiot on katsottu heidän henkilökohtaisiksi tuloiksi ja menoiksi. Malli kuvaa hyvin suomalaisia asenteita urheilua kohtaan ammattimaisena oikeana yritystoimintana, varsinkin kun tietyt ammattikunnat, kuten juristit ja lääkärit, ovat voineet jo pitkään työskennellä yrityksen kautta. Korkein hallinto-oikeus päätti vuoden 2010 alussa golfari Mikko Ilosen kohdalla, että **hänen urheilutoimintansa on riittävän laajaa ja riskialtista, että se voidaan lukea yritystoiminnaksi.** Päätös mahdollistaa muidenkin urheilijoiden aikaisempaa suunnitellumman ja pidemmän tähtäimen toiminnan Suomessa - enää ei tarvitse muuttaa ulkomaille, tosin yritysmuotoisessa toiminnassa täytyy ammattimaisuus ja taloudelliset riskit olla samassa laajuudessa kuin Ilosella ovat. (Saastamoinen 2010)

Tapaus golfari Mikko Ilonen, korkeimman hallinto-oikeuden päätös 22.1.2010

Seloste ”eräästä yksilölajia harjoittavasta ammattiuurheilijasta”

”...Kun otettiin huomioon perustettavan osakeyhtiön toiminnan laajuus ja luonne sekä toimintaan liittyvä taloudellinen riski, toiminnan harjoittamisen osakeyhtiömuodossa katsottiin vastaavan asian varsinaista luonnetta ja tarkoitusta. Edellä mainitut tulot katsottiin verotuksessa osakeyhtiön tuloiksi.”

Saastamoinen, J. Kauppalehti Optio 1.4.2010.

Tällä hetkellä on siis tapahtumassa tärkeitä muutoksia suomalaisessa huippu-urheilukulttuurissa. Huippu-urheilijoille mahdollinen yhtiömuotoinen toiminta ja koko huippu-urheilukentän muutosprosessi luovat uskoa alan ammattimaistumiseen ja samalla menestykseen. Urakan edessä ovat varsinkin huippu-urheilun toimintatavan muutoksen projektiryhmään valitut asiantuntijat: Jukka Pekkala, Mika Kojonkoski, Tapio Korjus, Leena Paavolainen ja Erkki Westerlund.

Huomioitavaa on, että alalle ominaisesti kaikki ryhmän jäsenet ovat liikuntatieteiden maistereita ja ovat työskennelleet uransa urheilun parissa (Suomen Olympiakomitea 2010b). Työryhmä ei edusta uutta ajattelua siinä suhteessa, että joukkoon olisi mahtunut muitakin kuin urheilualalla toimineita henkilöitä. Toivottavasti ryhmä käyttää laajasti eri alojen asiantuntijoita työssään.

Entiset kilpaurheilijat

Liikunta- ja elämyspalvelualalla toimii paljon yrityksiä, joita vetävät entiset kilpaurheilijat. Urheilijat haluavat jäädä alalle. Tällä joukolla on usein omanarvontunto kohdallaan, jopa huomattavasti korostetummin kuin muiden alojen toimijoilla (Kosonen & Tiikkaja 2008). Esimerkiksi Jalostamo-klinikalla voi heidän kanssa kulua huomattava osa tapaamisaikaa ennen kuin asiakas uskoo saavansa jotakin sparraajaltaan. Tämä nöyryyden puute hankaloittaa yrittämisen tietä, mutta pakottaa myös alan kehittäjiä pohtimaan sitä, minkälaiset palvelut ja palveluntarjoajat todella vauhdittaisivat alaa.

”Pitääkö sparraajana olla Sergei Bubka tai Lasse Viren ennen kuin entinen kilpaurheilija vakuuttuu osaamisesta?”

Urheilijat ovat tottuneet tavoitteiden asettamiseen, intensiiviseen työntekoon ja kilpailamiseen, joten monet yrittäjyyttä tukevat ominaisuudet ovat olemassa. Aiheesta on valmistelemassa väitöskirjaa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun lehtori Auli Pekkala. Tutkimuksissaan hän on havainnut, että ”mikäli urheilussa opittu tekemisen spiritti saadaan siirrettyä yrittämiseen, se on varteenotettava uravaihtoehto ja siinä on mahdollisuus onnistua”. Urheilijalle on tärkeää kohdistaa tekemisensä itselleen tärkeään uuteen toimintaan kilpauran päätyttyä. Urheilija voi hyödyntää uralla kasvanutta pääomaa eri muodoissaan. Pekkala korostaa yrittäjyyttä laajana asiana, johon liittyvät sisältöosaaminen, liiketoimintaosaaminen ja yrittäjyysspiritti. (Auli Pekkalan haastattelu, 6.5.2010)

Toisaalta liikunta-alalla toimivan entisen urheilijan näkökulma voi olla kapea-alainen, koska usein koulutuspohja ja kokemus sekä ymmärrys muista aloista tai esimerkiksi vähemmän liikkuvista ihmisistä on ohutta. Alalla on paljon veteraanisarjanurheilijoita, joiden henki ja elämä on liikkuminen ja jotka myös muokkaavat ulkopuolisten näkemystä alan toimijoista. Nämä urheilemisen nimiin vannovat hikinauhalla varustetut yrittäjät saattavat karkottaa omalla olemuksellaan ja asenteillaan asiakkaita käyttämään muita vapaa-ajanviettopalveluita, koska heiltä

puuttuu yksi tärkeä talouskasvuyrittäjän piirre eli avarakatseisuus ja innovatiivisuus (Pajarinen & Rouvinen 2006).

Entisissä kilpaurheilijoissa on paljon yrittäjäpotentiaalia, kunhan toiminta saadaan kanavoitua oikeaan suuntaan. Moni entinen kilpaurheilija toimii nykyisin myynti- ja markkinointitehtävissä, mikä voi olla yksi osa-alue, johon heitä kannattaa ohjata.

4 Tulevaisuuden menestystekijät

Viralliset ja epäviralliset suomalaiset tulevaisuusraportit tai kevään 2010 termein onnellisuusraportit (Himanen 2010, Sitra 2010, Demos Helsinki 2010) nostavat teemaksi siirtymisen teollisista rakenteista kohti ihmis- ja ratkaisukeskeistä palvelutaloutta. Kuitenkin hallituksen mielestä Suomeen tarvitaan kaksi uutta ydinvoimaa, jolla varmistetaan metsäteollisuuden ja raskaan teollisuuden sähköntarpeet tulevaisuudessa. Seminaareissa ja työpajoissa siis innovoidaan palvelu-Suomea ja päättäjät luovat lisärakenteita vanhalle teolliselle Suomelle.

Ennen hallituksen päätöstä kuvasi Pekka Himanen (2010) Kukoistuksen käsi-kirjassaan nykyistä maailmanmyllerrystä hätätilaksi ja Sitran Elinvoiman lähteet (2010) Suomen tilannetta etsikkoajaksi. Etsikkoaika selvästi on käynnissä. Ennusteiden mukaan Suomen väkiluku kasvaa melko voimakkaasti vuoteen 2030 asti ja ikärakenne muuttuu radikaalisti, kun suuret ikäluokat jäävät eläkkeelle. Työikäisten määrä vähenee voimakkaasti suhteessa eläkeläisten määrään ja huollettavien joukko suurenee. Globalisaatio vaikuttavat talouteemme enenevästi, mikä tekee markkinoista arvaamattomat, mutta vaurastuminen jatkuu, kuten myös monikulttuuristuminen, kaupungistuminen ja polarisoituminen. Alueelliset, taloudelliset, terveydelliset ja sosiaaliset erot jatkavat kasvamistaan.

Kokonaisuuteen vaikuttaa ilmastonmuutos, johon olisi reagoitava mahdollisimman nopeasti. Tässä ennakkointityössä ei ole korostettu ilmastonmuutoksen vaikutusta liikunta- ja elämyspalvelualaan, vaan oletuksena on, että **toimialan kehittäminen tehdään kestävästä kehityksen periaatteiden mukaisesti**. Vaihtoehtoja tässä kohtaa ei ole. Siksi ennakkointityössä keskitytään enemmän palveluiden kehittämiseen kuin tuotteiden kehittämiseen.

Näissä kaikissa muutoksissa piilevät myös menestymisen mahdollisuudet. Himanen (2007 & 2010) korostaa sitä, että suomalaisten tulisi löytää vahvuusalueensa ja erikoistua niiden osaamiseen. Potentiaalisiksi uusiksi aloiksi Himanen nostaa energia- ja ympäristöalan, bioteknologian sekä hyvinvointi- ja kulttuurialat. Sitra (2010) taas näkee ennaltaehkäisevän sosiaali- ja terveystyön eli mm. terveysliikunnan mahdollisuutena. Tässä luvussa käsitellään näitä mahdollisuuksia Uudenmaan liikunta- ja elämyspalvelualueen näkökulmasta. Uudellamaalla kiistaton etu muuhun Suomeen nähden on hyvä ostovoima ja kokeilut mahdollistava väestöpohja, jossa riittävän laajoja eri asiakassegmenttejä löytyy useampia. Kohderyhmäajattelun odotetaan tarkentuvan paljon ja tässä luvussa esitellään muutamia kohderyhmiä, joiden potentiaalia ei ole vielä kunnolla käytetty. Teemoiksi on nostettu hyvinvointi, seniorit, urbanisoituminen sekä yrittäjyys.

4.1 Hyvinvointi

Suomalaisten hyvinvointi on polarisoitunutta. Osa suomalaisista voi hyvin ja osa voi todella huonosti. Joka viidennellä suomalaisella on psyykkisen sairauden diagnoosi ja joka päivä Suomessa syödään 700 000 mielialäläkettä. Suomalaiset sairastavat elämäntapasairauksia ja kansa on lihavampaa kuin koskaan aikaisemmin. Ihmisten liikasyömisestä ja -juomisen taustalla on pahoinvointi, joka vain ilmenee korviketoimintana. Pahoinvoinnin kustannukset ovat niin yhteiskunnalle kuin yksilöille ja heidän lähipiireilleen valtavat. Yhteiskunnan rakenteet tukevat tällä

hetkellä sairaanhoitoa terveydenhoidon kustannuksella, melko neitseellisellä hyvinvointialalla on paljon käyttämätöntä potentiaalia.

Polarisoitumisessa on liikunta- ja elämyspalvelualan näkökulmasta kaksi ulottuvuutta: hyvinvoivat, jotka haluavat voida vieläkin paremmin ja voimattomat, joilla ei ole omia voimia tehdä voinnilleen mitään. Näille molemmille ryhmille on luotu ja luodaan teknologisia sovelluksia, joilla voi itsenäisesti seurata omaa hyvinvointiaan. Sovellusten vuorovaikutteisuus tulee lisääntymään, eikä sen tarvitse olla sidottu aikaan eikä paikkaan.

4.1.1 Hyvinvoivat

Uudellamaalla on suuri joukko ihmisiä, joilla on varaa ja halua käyttää liikunta- ja elämyspalveluita. Varakkaat ovat usein myös hyväkuntoisia ja erittäin tietoisia liikunnan terveysvaikutuksista. He ovat valmiita satsaamaan laadukkaisiin palveluihin eli arvokkaaseen vapaa-aikaansa huomattavia summia. Tämän ryhmän koko ja laatutietoisuus kasvaa kaiken aikaa. Hyvinvoivat kaipaavat uusia lajeja sekä monipuolista ja kokonaisvaltaista palvelua. Palvelutrendien kehitys eri vuosikymmenillä voidaan nähdä yksinkertaistettuna kuvan 5 osoittamalla tavalla.



Kuva 5. Palvelutrendien kehitys eri vuosikymmenillä

Seuravalmennuksesta ja ilman ohjelmaa tapahtuvasta kuntosaliliikunnasta palvelutarve on kehittymässä yksilöllisempään ja kokonaisvaltaisempaan suuntaan. Personal trainer antaa kuntovalmennuksen lisäksi neuvoja ravitsemukseen, mutta life coach vie asiaa pidemmälle pään sisälle ja asiakkaan tavoitteisiin, jotka voidaan saavuttaa monipuolisin keinoin urheilusta sparraukseen. **Tulevaisuudessa hyvinvoivat ihmiset kaipaavat kokonaisvaltaisia yksilöllisiä palveluita, joissa yhdistyy monipuolista valmennusta ja ohjausta liikunnasta ja ravitsemuksesta uravalintoihin ja henkilökohtaiseen kehittymiseen. Myös eksklusiivisten palveluiden kysyntä kasvaa.**

"Mikään olkapää ei lohduta niin, kuin omat leventyneet hartiat."
- Trainershouse mainostaa Fight Club -palveluaan, joka sisältää kolmesta seitsemään harjoituskertaa viikossa kukonlaulun aikaan puolen vuoden ajan sekä johtamisvalmennuskoulutusta ja sparrausta.

Toinen selkeä suuntaus on lajien jako kahtia. Yhtäältä passion sports -sektoriin kuuluvat taitolajit, kuten kiipeily, jooga ja kamppailulajit kasvattavat suosiotaan. Näiden lajien filosofiana ei ole kilpaileminen vaan oppiminen ja onnistuminen. Toisaalta suosiota lisäävät äärimmäiset urheilumuodot, kuten maitohapokas kuntopiiri crossfit, maraton- ja multisport-kilpailut sekä vaellukset äärimmäisissä olosuhteissa.

Hyvinvoivat myös matkusteleivat paljon ja matkoillaan he haluavat kuluttaa aikansa tavalla, joka lisää heidän hyvää oloaan. Golf-, sukellus-, laskettelu- ja kylpylälomilla on käyty jo kauan, mutta nyt ovat lisänneet suosiotaan muut harrastus- ja hyvinvointimatkat. Äärimmäiset seikkailut kiehtovat kaiken kokeneita: täytyy päästä Saharaan kamelivaellukselle, huiputtamaan Afrikan vuoria tai jäätikkövaellukselle. Suomessa Finnmatkat tarjoaa Wellness-lomia, joilla keskitytään parantamaan sisäistä ja ulkoista terveyttä. Räättälöidyillä pakettimatkoilla tarjotaan esim. joogaa, pilatesta, syvävenyttelyä, ayurveda-hoitoja ja erityisen terveellisiä aterioita. (Laakso 2010)

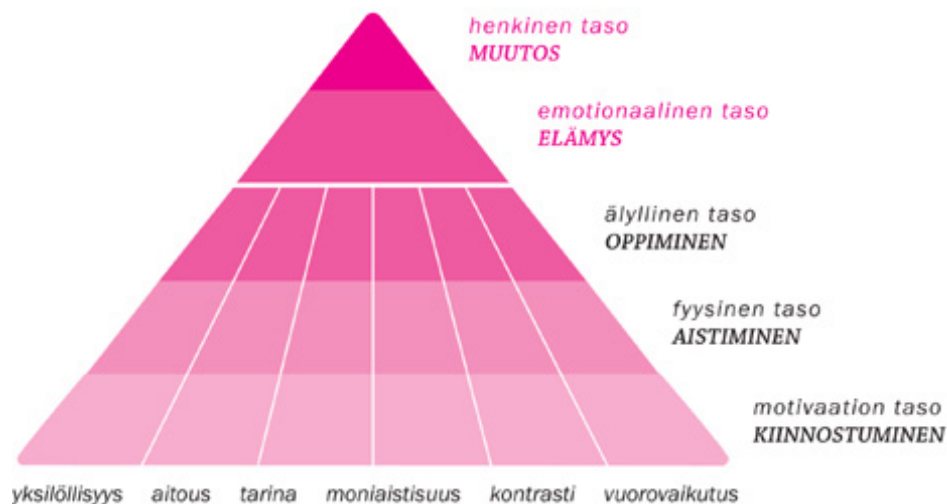
Suomalaisten hyvinvointimatkanjärjestäjien matkoille on kysyntää tulevaisuudessa ulkomaille, mutta myös ulkomailta Suomeen suuntautuville matkoille. Uudellamaalla on muutamia elämysliikunta-alan huippu-yrityksiä, jotka ovat vie-neet palvelutarjonnan tasolle, jolla voidaan tehdä hyvää tulosta. Uudellamaalla on paljon asiakkaita, joten yrityksillä on varaa valita, eikä toisaalta kiinnostusta kehittää liiketoimintaa kansainväliseen suuntaan.

CASE Honkalintu Oy - Door to the Events

Honkalintu Oy on perhokalastukseen ja erilaisiin luontoelämyksiin keskittynyt vuonna 2001 perustettu ohjelmapalveluyritys. Yritys räätälöi pienille ja suurille ryhmille toimintapaketteja Etelä-Suomen eri kohteisiin kokouskartanoista kansallispuistoihin. Honkalinnun menestyksen taustalla on voimakas asiakassegmentointi, verkostoituminen ja perustajayrittäjän intohimo kalastamiseen, luontoon ja laadukkaaseen palveluun. ”Työn äärestä lähemmäksi luontoa, luonnon ääreltä parempaan työhön, luonnon ehdoilla ja luontoa kunnioittaen”, on yrityksen filosofia tiivistettynä.

Elämyspalveluyritysten menestymisen takana on usein innovatiivinen, sosiaalisesti kyvykäs empaattinen johtaja, jolla on erinomaiset verkostot käytössään sekä rohkeutta ja substanssiosaamista tarjoamiensa palveluiden osalta. Tuotteet noudattavat Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen tuotekehityspalveluiden elämyskolmio -työkalun piirteitä (ks. kuva 5), jossa tuotetta tarkastellaan elementtien ja asiakkaan kokemuksen näkökulmista. Tuotteen tulisi olla yksilöllinen, aito, moniaistinen, kontrastinen ja vuorovaikutteinen sekä sen tulisi sisältää tarina.

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan ainutkertaisuutta, asiakaslähtöisyyttä ja joustavuutta eli tuotteen räätälöintiä asiakkaan toiveiden mukaan. Aito elämystuote on uskottava eli tuote on osa olemassa olevaa alueen elämäntapaa ja kulttuuria. Tarina sitoo tuotteen elementit toisiinsa, jolloin kokemuksesta tulee yhtenäinen ja mukaansatempaava. Tarina on tuotteen juoni ja läheisesti liitoksissa aitouteen. Moniaistinen tuote on koettavissa mahdollisimman monin aistein eli tuote tarjoaa ärsykeitä harmonisesti. Kontrasti luo poikkeuksen asiakkaan arkeen, jolloin tuote on asiakkaalle jotakin uutta ja poikkeavaa. Vuorovaikutteisuus tarkoittaa yhteisöllisyyttä eli kokemista yhdessä. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010b)



Kuva 5. Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010b)

Nämä kuusi elementtiä herättävät asiakkaan viisi kokemuksen tasoa. Tasot ovat motivaatio eli kiinnostuksen herättäminen; fyysinen taso, jossa koetaan ympäristöä aistien kautta; älyllinen taso, jossa prosessoimme ja käsittelemme aistiärsykeitä; emotionaalinen taso, jolla varsinainen elämys koetaan sekä henkinen taso, jossa voimakas tunnereaktio voi aiheuttaa henkilökohtaisen muutokokemuksen. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010b)

Niin suomalaiset kuin ulkomaalaiset hyvinvoivat matkailijat ja kuluttajat ovat tietoisia ja kokeneita, joten tulevaisuudessa tuotteiden vaatimuksena on nimenomaan henkilökohtainen muutokokemus lyhyen tai pidemmän aikavälin jaksolla. Hyvinvointimatkailu Suomeen ei ole vielä kasvanut merkittäväksi liiketoiminnaksi, mutta potentiaalisia matkailijoita on varmasti pullollaan. Suurkaupungin asukkaalle jo pelkkä hiljaisessa luonnossa käynti voi olla huumauttava kokemus. Suomalaisten tulisi avata silmät oman maansa ainutlaatuisuudelle.

4.1.2 Voimattomat

Uudellamaalla on myös suuri joukko ihmisiä, jotka voivat huonosti. Heillä ei ole voimia löytää iloa elämästään ja usein elämänlanka pysyy käsissä lääkkeiden voimalla. Loputon lääkitseminen on seurausta juuri sairaudenhoidosta ja medikalisaatiosta, jossa lääkeyritykset ovat löytäneet loputtoman määrän ansaintakeinoja diagnosoimalla ihmisten ominaisuuksia sairauksiksi. Yhteiskunnan varoja sairaudenhoitoon käytetään Suomessa moninkertaisesti suhteessa ennaltaehkäisyyn eli terveydenhoitoon. Asenne- ja rakennemuutoksen tekeminen voisi lähteä innovatiivisista terveysliikuntayrityksistä, jotka vakuuttavat ensin työhyvinvointipalvelullaan yritykset ja myöhemmässä vaiheessa myös valtionhallinnon sosiaali- ja terveyssektorin.

Matalan kynnyksen liikuntayrityksille on niin yhteiskunnallista kuin yksilötasoisestakin tarvetta. Tulevaisuudessa tilanteen ennustetaan edelleen parantuvan näiden yritysten näkökulmasta. Koululiikunta on osin ajanut ihmisiä vihaamaan liikuntaa, mutta toisaalta on kasvamassa myös sukupolvi, joka on addiktoitunut liikkumattomiksi tietokonepelien ääreen. Toisaalta pelivalmistajat ovat nähneet tällä kentällä markkinat ja liikuntaan aktivoivia pelejä luotu perinteisten pelien rinnalle, kuten Nintendon WiiSports -pelit. Pelit liikuttavat niitä, jotka eivät yleensä pidä liikunnasta. Olisiko tähän syynä se, että pelaaminen on hauskaa? Kaikista ei perinteinen hikiurheilu ole hauskaa, joten tälle ryhmälle pitäisi luoda omanlaisia palveluita, kuten pelifirmat ovat jo tehneet.

Lasten ja nuorten liikkumattomuudesta nouseekin kysymys: miksi lapset eivät enää liiku kuten ennen? Maailma on muuttunut ympärillä, mutta ovatko liikunta-palvelut muuttuneet samassa tahdissa? Olisiko tässä markkinarakoa perheiden yhteisille liikuntaharrastuksille ja kokeilu-, mutta ei kilpailuhenkisille harrastuksille?

Kaupalliset kuntokeskukset ovat Suomessa muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta korkean kynnyksen paikkoja, joiden mainoksissa trimmatut kauniit nuoret juoksevat vuorilla auringonlaskuun. Konsepteja ei olla vielä laajasti osattu luoda vähän liikkuville ihmisille, koska yrittäjillä ei ole tietoa siitä kuinka tälle ryhmälle tuotteistus tehtäisiin. Ehkä tiedonpuute johtuu siitä, että yrittäjät ovat itse hyvännäköisiä trimmattuja auringonlaskuun juoksijoita eli jo aiemmin mainittua poteroitunutta liikunta-alan ydinryhmää. Tuotteiden lähtökohta voi olla aivan toisenlainen vähän liikkuvien ryhmälle. Ne voivat rakentua esimerkiksi jonkin kulttuurimuodon kuten teatterin tai tanssin ympärille. Esimerkiksi Turussa on reitein ohjattuja rappus- ja nähtävyyssierroksia, joita kulkiessaan huomaamattomasti myös tekee liikuntasuorituksen.

CASE HealthEx - Terveysliikunnalla tuloksiin

HealthEx on matalan kynnyksen terveysliikuntapalveluiden tuottaja. Palvelut on suunniteltu sopiviksi ikääntyneille, liikuntarajoitteisille sekä muuten vähän liikkuville asiakkaille. 30 minuutin terveysliikuntatuokiota suoritetaan älykkäillä ja helppokäyttöisillä laitteilla ja edistymistä seurataan palaute- ja seurantajärjestelmän kattavien raporttien avulla. HealthEx erottuu kilpailijoistaan olemalla jotain muuta kuin kunto- tai jumppasali. Rauhalliset ruuhkattomat tilat sijaitsevat keskeisillä paikoilla kuudessa suomalaisessa kaupungissa esimerkiksi Helsingissä toimitilat ovat Kampin Kauppakeskuksessa.

Oikeanlaista tuotteistus- ja markkinointiosaamista ja monipuolista asiantuntijuutta siis kaivataan, mikäli aiotaan luoda uusia vähän liikkuvia kiinnostavia tuotteita ja jotta Suomi kehittäisi Himasen ideoiman (2010) kokonaisvaltaisen depression poistavan hoitomuodon vuoteen 2020 mennessä. Kuten Himanenkin muotoilee, näille palveluille on myös kansainvälistä kysyntää, Suomi ei ole elintapaisairauksineen ja depressioineen yksin.

4.2 Seniorit

Vuodesta 2010 lähtien suuret ikäluokat jäävät Suomessa eläkkeelle ja työvoiman määrä vähenee voimakkaasti. Erilaisten palveluiden ja tuotteiden kysyntä kasvaa, koska eläkkeelle siirtyvillä on runsaasti rahaa ja aikaa käytettävänä. Eläkkeelle siirtyvät ovat aikaisempaa parempikuntoisia. On myös selvää, että terveydenhoidon työvoimatarve lisääntyy.

Nämä seniorikansalaiset kuuluvat osin 4.1.1. kappaleessa mainittujen hyvinvoivien ryhmään, mutta heidän joukossaan on myös niitä, jotka mielellään liikkuisivat, kunhan sopiva esteetön liikuntamuoto löytyisi ja se olisi helposti saavutettavissa. Senioreiden terveysliikunnan tukemisesta syntyy toki yhteiskunnallekin välittömiä säästöjä esimerkiksi vuodepaikkatarpeen vähenemisenä, mutta **senioreihin mahtuu pian varakkaita kuluttamaan ja liikkumaan tottuneita henkilöitä, jotka mielellään panostavat itseensä ja yritysten tuottamiin liikuntapalveluihin.** Tällaisia esteettömiä ja helposti saavutettavia tuotteita on vielä hyvin vähän tarjolla.

Toinen senioriryhmä, jossa voidaan nähdä käyttämätöntä tulevaisuuden asiaspotentiaalia, ovat isovanhemmat, jotka mielellään touhuavat yhdessä lastenlasten kanssa liikunnallisten ja elämyksellisten tehtävien parissa. **Markkinoilla kaivataan jo yhteisöllisiä eri-ikäisiä yhdistäviä palveluita, joissa isovanhemmat ja lapsenlapset pääsevät itse liikkumaan ja tekemään** esimerkiksi luonnossa suunnistaen tai marjastaen.

4.3 Urbanisoituminen

Muuttoliikkeen uskotaan jatkuvan pääkaupunkiseudulle niin maakunnista kuin ulkomailtakin. Metropolialue kasvaa ja yhä useammat ovat eläneet vain kaupungeissa. **Liikuntamuodot ovat näille urbaaneille ihmisille erilaisia kuin mitä perinteisessä pituushyppy-hiihtokulttuurissa on totuttu.** Liikkuminen tapahtuu kaupunkitilassa, eikä edes seuratoiminta ole päässyt syvien rivien toiminnantuottajaksi. Lajeja ovat esimerkiksi rullalautailu, parkour, footbag-pudotus, parkkis-curling tai fillari-ultimate. Kolme viimeistä lajia ovat YleX Game -kilpailusta (viitattu 15.6.2010: ylex.yle.fi/radio/ohjelmat/ylex-aamu/ylex-games-keksi-uusi-urheilulaji), jossa keksitään uusia urbaaneja urheilulajeja. Liikuntaan ei tarvita perinteistä pururataa, kaukaloa tai kenttää, vaan toiminta voi tapahtua lähes missä tahansa.

Metropolialueen kasvaessa eri vähemmistöryhmien merkitys kasvaa, näiden ryhmien liikuntatarpeet vaihtelevat. Eri maiden liikuntakulttuurit eroavat suuresti toisistaan. Esimerkiksi naisten ei ole soveliaasta harrastaa liikuntaa ollenkaan tietyissä maissa. Pukeutumistavat eroavat myös suuresti ja jo tämä voi estää liikunnallisen toiminnan. **Toisaalta liikunta ja elämykset ovat erinomaisia yhteisöllisiä muotoja, jotka helpottavat maahanmuuttajien integroitumista ja tutustumista paikallisiin ihmisiin.** Pääkaupunkiseutu on jo varsin monikulttuurinen alue ja tulevaisuudessa kulttuurien sekoittumisen voidaan olettaa lisääntyvän. Tämä asettaa uudenlaisia haasteita liikunta- ja elämysalan yrittäjille.

Alan toiminta toisaalta myös keskittyy suuriin kaupunkeihin ja niiden lähialueille. Liikuntakeskukset kasvavat ja niitä perustetaan myös muiden aktiviteettien ja kulkureittien yhteyteen Vantaan Flamingo ja Kampinkeskuksen keilahalli esimerkkeinä. Salmisaaren liikuntakeskus on mielenkiintoinen uusi esimerkki, jossa yksityiset yritykset, eläkeyhtiö ja kaupunki muodostavat yhdessä palvelukokonaisuuksia.

4.4 Yrittäjyys ja toimintaympäristö

Todella menestyneiden yritysten taustalla on usein sattuma ja loistava ajoitus tai molemmat yhtä aikaa, nämähän eivät välttämättä ole toisiaan poissulkevia käsitteitä. Yrittäjä ei menesty ilman sitkeää ja määrätietoista työskentelyä. Monella erityisen menestyneellä yrittäjällä, urheilijalla, viulunsoittajalla tai matemaatikolla on laskettu läpilyönnin hetkellä olleen noin 10 000 harjoitustuntia täynnä, mikä vaatii esimerkiksi noin 40 tunnin työviikolla yli viiden vuoden työskentelyn. (Gladwell 2008) Loistavan ajoituksen suhteessa toimialan tämän hetken voimakkaaseen kasvuun voi laskea osuvan niiden yrittäjien kohdalle, jotka ovat jo muuttaman vuoden hakenneet kokemusta ja oppia alalta.

Elinkeinotoiminnan rakenne on muuttumassa pienten toimijoiden verkostomaiseksi malliksi, jossa myös toimialakohtaiset rajat häviävät. Yrittäjät ovat omaksuneet ”vihaa kiinteitä kuluja” -opin, jolloin henkilökunnan palkkausta vältte-

tään viimeiseen asti ja palvelut ostetaan mieluummin ulkopuolelta. Verkostomaisista toimintamallia noudattelevat jo suomalaiset menestyneet liikunta- ja elämyspalveluyrittäjät, mutta vielä toimialakohtaisia rajoja harvoin ylitetään.

Samoin **kansainvälinen vienti ei voi tapahtua yksin globaalissa markkinassa vaan osana isompaa kokonaisuutta**. Pienten liikunta-alan yritysten vienti on ollut hyvin pientä ja esimerkiksi Finprolla on ollut vain vähäisiä kokeiluja liikunta-alan viennin edistämiseksi. Kansainvälisessä viennissä liikunta- ja elämyspalveluyrittäjien tulee liittoutua esimerkiksi muiden luovien alojen yritysten kanssa, jossa kokonaisuudesta saadaan riittävän erikoinen ja kiinnostava. Tällaisena esimerkkinä olkoon Ivana Helsingin Pop up -liike New Yorkissa keväällä 2010, jossa esiteltiin kuukauden ajan muutakin suomalaista muotoilua.

Liikunta- ja elämyspalvelualalla ei ole yrittäjäfoorumeita, joilla kohtaamisia edes oman alan toimijoiden kanssa voisi tapahtua. Mainioita avauksia ovat tällaiset Kuortaneen Urheiluopiston järjestämät Kuortaneen kansallinen liikuntayrittäjyyspäivät 1.6.2010. Myös kohtaamiset bisnesenkeleiden ja rahoittajien kanssa koettiin tarpeellisiksi. **Liikunta-ala kaipaa voimakkaasti välittäjiä, jotka tuntevat alan, rahoittajat ja ostajien tarpeet**. Välittäjätoiminnalla on myös voimakas työllistävä vaikutus, kun alan pienten yrittäjien markkinointi ja myynti tehdään kootusti "gallerioissa". Verkostoituminen voidaan tehdä tehokkaaksi galleriamallilla, jossa pelisäännöt ovat selvillä.

Suomalaisen yrittäjän arvostus ei ole menneinä vuosikymmeninä ollut korkealla, kuten ei ole ollut liikunta-alan ammattilaisten arvostus. Urheilusankareita ihaillaan heidän viimeisten tulosten perusteella, mutta heidänkin tukiverkot ja palvonta lakkaavat, kun urheilu-ura on päätöksessä. Ala itse ei ole ollut paras mahdollinen arvonantaja omalle osaamiselleen, koulutukselleen eikä toiminnalleen. Liikunta-alan yrittäjyyden strategia (Koivisto 2010) on ensimmäisiä toimia alan näkyväksi tekemisessä. Työ- ja elinkeinoministeriö on ottanut strategiatyön rahoituksellaan tärkeän askeleen alan vahvistamiseksi. Strategiatyö jatkuu syksyllä 2010 toimenpideosiolla, jossa työ- ja elinkeinoministeriön ja opetusministeriön lisäksi tärkeää olisi saada sosiaali- ja terveysministeriö voimakkaasti mukaan. **Toimialan arvonnousu on yksi keskeisimpiä tekijöitä, mikäli liikunta- ja elämyspalveluala halutaan nostaa todelliselle kasvu-uralle**.

Ongelmana alalla on laajasti ottaen matalat palkat, jotka juontuvat alhaisista hinnoista, jotka taas juontuvat mm. seurojen liikuntapalveluiden ilmaisjakeluperinteestä. Korkeampaa hintaa voi yksinkertaisesti pyytää laadukkaammilla tuotteilla. Yhteiskunnan tulisi turvata toiminnot, jotka eivät ole yksityisesti kannattavia. **Yksi tärkeä tekijä arvonnousussa on palvelujen hinnoittelu, hintaa vastaava laatu ja oikeanlainen markkinointi. Uudellamaalla segmentointiin on hyvät mahdollisuudet, koska asiakaspotentiaali on riittävän laaja**.

Ennakointityön tulokset tukevat työ- ja elinkeinoministeriön Tutkimusta 2-3 vuotta toimineiden yritysten palvelutarpeista (2010), sillä myös liikunta-alan yrittäjät kaipaavat toimintaympäristöltään oman liiketoiminnan kehittämisvälineitä, eivätkä ole kiinnostuneita laajemmin yrityskentän kehittämisestä. **Jalostamo-klinikka tarjoaa juuri asiakasyrityksen liiketoiminnan kehittämisvälineitä, mutta klinikoiden markkinointi on osoittautunut haasteelliseksi. Nykyisenlaisena Jalostamo-klinikka-malli ei riitä houkutukseksi yrittäjille, vaikka sparrauksen jälkeen yrittäjät olivat tyytyväisiä palveluun**. Tärkein kysymys sparrauksen loppupuolella oli "miten tämä jatkuu?" Klinikkatapaamisessa tarjottiin vaihtoehtoja Jalostamo-neuvonnasta (loppukeväästä) muihin ELY-keskusten tuotteistettuihin palveluihin. Yrittäjät eivät olleet kovin innokkaita tarttumaan tuotteistettuihin palveluihin, koska sparraustyö on henkilösidonnaista, sitä halutaan jatkaa tutun henkilön kanssa.

5 Johtopäätökset ja toimenpiteet

Liikunta- ja elämyspalvelualanpiirteitä

- Liikunta- ja elämyspalveluala on kasvu-ala, jonka menestykseen yrittäjät, kehittäjät ja valtionhallinto uskovat.
- Alan ominaispiirteenä on poteroituminen ja vahva omanarvontunto suhteessa muiden alojen toimijoihin. Liikunta-alalla arvostetaan hieman sisäänpäin kääntyneesti oman alan ammattilaisia. Kohtaamiset muiden alojen toimijoiden kanssa rikastuttaisivat yritystoimintaa ja tarjoaisivat varmasti monenlaisia uusia kasvun mahdollisuuksia.
- Liikunta- ja elämyspalvelualan yrittäjien toiminnan motiivit voidaan jakaa neljään ryhmään: teknologian tai median hyödyntäminen, itsensä työllistäminen, kilpaurheilu sekä voimakas ideologia, jolloin tavoitteena on ihmisten hyvinvointi eikä niinkään oma taloudellinen tulos.
- Uudellamaalla liikunta- ja elämyspalveluyrittäjillä on vahva maksukykyinen kuluttumaan tottunut asiakaskunta ja hyvät tuotekokeilumahdollisuudet muuhun Suomeen verrattuna.

Osaamisen vahvistaminen

1. Suomessa ja Uudellamaalla on vähän liikunta- ja elämyspalvelualan välittäjä-, agentti- ja manageritoimintaa sekä -osaamista. Alalla on paljon pieniä yrittäjiä, joille on tärkeää keskittyä ydintoimintaan ja siten välittäjille, agenteille ja managereille olisi kysyntää.
2. Uudenmaan yrittäjillä osaamista tulisi vahvistaa nimenomaan tuotteistamisen, hinnoittelun, myynnin ja markkinoinnin osa-alueilla. Lisäksi alan toimijoiden tulisi käyttää muidenkin alojen sisältöasiantuntemusta hyväksi.
3. Liikunta- ja elämyspalvelualan yrittäjien osaaminen on vielä ohutta muiden kuin hyväkuntoisten asiakkaiden liikuttamisessa. Uusien asiakassegmenttien haltuunotto vaatii lasten ja nuorten, vähän liikkuvien, ikääntyvien ja liikunnanvihaajien tarpeiden ymmärtämistä.
4. Liikunta- ja urheiluseurat tarvitsevat monipuolista liiketoiminnallista osaamista.
5. Jalostamo-klinikkamalli ei suoraan toimi liikunta- ja elämyspalvelualan yrittäjille, koska yrittäjät eivät näe etukäteen klinikkatapaamisten hyötyjä. Epäselväksi jäi millä sparrausmetodilla parhaiten alan yrittäjien liiketoimintaa vauhditettaisiin.

Toimenpiteenä ehdotetaan

- Uudenmaan pk-yritysten palveluiden välittäjä-, agentti- ja manageritoiminnan kehittämistä koulutuksella ja toiminnan pilotoinnin tukemista
- alan Uudenmaan pk-yrityksille tuotteistus-, hinnoittelu- sekä myynti- ja markkinointikoulutusta
- liikunta- ja urheiluseuroille liiketoimintakoulutuspilottia Uudellemaalle (Kolmas lähde II-osa käynnistyy vuonna 2011, sisällöt auki 6/2010, OKM)
- Jalostamo-mallin tarkentamista liikunta- ja elämyspalvelualalla sopivaksi

Toimintaympäristön kehittäminen

6. Työ- ja elinkeinoministeriö ja opetusministeriö ovat alan kehittämisessä aktiivisesti mukana. Yhteistyötä sosiaali- ja terveysministeriön kanssa tulisi vahvistaa ja sitä kautta myös yhteistyötä sosiaali- ja terveysalan kanssa.
7. Verkostojen vahvistaminen liikunta- ja elämyspalvelualan yritystoiminnassa on olennaista, jotta pienet yritykset voisivat keskittyä parhaimpaan osaamisalueeseensa eli palveluiden sisällöntuotantoon. Tämä myös siksi, että välittäjien, managerien ja agenttien työ helpottuisi.
8. Alan ominaispiirteenä on tuloksen teko kiinteistö- ja tilapalveluilla sekä huippu-urheilussa tulojen valuminen muualle kuin urheilijalle itselleen ja hänen tiimilleen. Huippu-urheilun rakenteen uudistaminen on aloitettu Olympiakomitean toimesta.

Toimenpiteenä ehdotetaan

- liikunta-alan yrittäjyyden kehittämisstrategian 2020 konkretisoimiseksi toimenpideohjelmaa yhdessä työ- ja elinkeinoministeriön, opetusministeriön ja sosiaali- ja terveysministeriön kanssa (käynnistyy syksyllä 2010, Diges ry)
- elämyspalvelualalla omaa alan yrittäjyyden kehittämisstrategiatyötä (TEM)
- liikunta-alan yrittäjäfoorumeita ja seminaareja (Kuortaneen Urheiluopiston valtakunnalliset liikuntayrittäjyyspäivät keväällä 2011; European Health and Business Forum 13.–14.7.2011, Jyväskylä)

Kasvu ja kansainvälistyminen

9. Liikunta- ja elämyspalvelualan kasvun mahdollisuudet ovat yrityksissä, joiden tuotteita ovat laadukkaat kokonaisvaltaiset hyvinvointipalvelut, hyvinvointimatkailupalvelut, passion sports eli oppimista ja onnistumista tukevat lajit, äärimmäiset urheilumuodot, urbaaniliikunta, virtuaaliset hyvinvointia mittaavat sovellukset, ratkaisukeskeiset työhyvinvointipalvelut ja eri-ikäisiä yhdistävät yhteisölliset palvelut.
10. Tulevaisuuden asiakasryhmiä ovat vähän liikkuvat, seniorikansalaiset, isovanhemmat ja lapsenlapset, lapset ja nuoret sekä vähemmistöryhmät ja tietenkin tälläkin hetkellä monipuolisesti palveluita käyttävät himoliikkuajat.
11. Alan kansainvälinen vienti on muutamaa suurta yritystä lukuun ottamatta pientä, eikä se voi pk-yrityksillä tapahtua yksin globaalissa markkinassa vaan osana suurempaa monialaista kokonaisuutta.

Toimenpiteenä ehdotetaan

- luovien alojen, sosiaali- ja terveysalojen, matkailualan sekä liikunta- ja elämyspalvelualan yhteisiä verkostoitumistilaisuuksia, hautomoita ja wellness factoreita
- kohdissa 9 mainituille tuotteille kehitysohjelmia kohdan 10 asiakasryhmille
- monialaisten vientirenkaiden perustamista, joissa keskitytään uudentyyppisiin menetelmiin

LÄHTEET

- Alanen, A. 2007. Elämyskulutus kiehtoo yhä useampia. *Tieto & Trendit* 6/2007, 57-61.
- Demos Helsinki 2010. Onnellisuuspoliittinen manifesti. WWF, Helsinki.
- Fogelholm, M; Paronen, O & Miettinen, M. 2007. Liikunta - hyvinvointipoliittinen mahdollisuus. Sosiaali- ja terveysministeriö, opetusministeriö, UKK-instituutti.
- Gladwell, M. 2008. Outliers. The Story of Success. Penguin Books, London.
- Himanen, P. 2010. Kukoistuksen käsikirja. WSOY, Helsinki.
- Himanen, P. 2007. Suomalainen unelma, innovaatioreportti. Teknologiateollisuuden 100-vuotissäätiö.
- Heikkala, J. 2000. Liikunnan järjestöelämän muutokset ja toimintaympäristö. Itkonen, H., Heikkala, J., Ilmanen, K. & Koski, P. Liikunnan kansalaistoiminta - muutokset, merkitykset ja reunaehdot. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu nro 152.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007. Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015. KTM-julkaisuja 10/2007.
- Koivisto, N. 2010. Liikunta-alan yrittäjyyden kehittämisstrategia 2020. Diges ry 2010.
- Koski, P. & Heikkala, J. Suomalaisten liikuntaorganisaatioiden muutos - Lajiliitot professionaalistumisen prosessissa. Jyväskylän yliopisto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos, Tutkimuksia no 48. Jyväskylä.
- Koski, P. 2009. Liikunta- ja urheiluseurat muutoksessa. Suomen Liikunta ja Urheilu -julkaisusarja 7/2009.
- Kosonen, H. 2010. Selvitys kulttuuri-, nuoriso- ja liikunta-alojen kolmannen sektorin hyvinvointipalveluiden tuki-, neuvonta- ja hautomomalleista. Diges ry Kolmas lähde -hankkeelle 2010.
- Kosonen, H. & Tiikkaja, A. 2008. Liikunta-alan yritys- ja seuratoiminnan selvitys - loppuraportti. Diges ry 2008.
- Krook, P. 2010. Muuttuuko yhdistystoiminta ja mihin suuntaan? Koivisto, N., Lehtikainen, K., Pasanen-Willberg, R., Ruusuvirta, M., Saukkonen, P., Tolvanen, P. & Veikkolainen, A. toim. Kolmannella lähteellä. Hyvinvointipalveluja kulttuurin, liikunnan ja nuorisotyön aloilta. Julkaisukokonaisuus: Kolmas lähde -koordinaatiohanke 2010. Kokos julkaisuja 1. Kokos palvelut, Teatterikorkeakoulu.
- Laakso, L. 2010. Hyvinvointimatkailu tekee tuloaan. Kauppalehti 9.6.2010.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2010a. Viitattu: 15.5.2010
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2010b. Viitattu: 8.6.2010
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>
- Liikuntalaki 18.12.1998/1054.
- Niipola, J. 2010. Kaikki pelaa - myös yleisö! Kauppalehti 12.5.2010.
- Nikula, P. 2010. Täältä tullaan alamäki! Kauppalehti 24.5.2010.
- Nurmio, A. & Turkki, T. toim. 2010. Raportti Elinvoimainen Suomi. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. Helsinki, 2010.
- Opetusministeriö 2010. Sanoista teoiksi. Huippu-urheilutyöryhmän ajatuksia suomalaisen huippu-urheilun kehittämiseksi. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2010:13.
- Pajarinen, M. & Rouvinen P. 2006. Mistä yrittäjät tulevat? Etlätieto Oy. Tekes Teknologiakatsaus 198/2006.
- Palmu, J. 2009. Suomen kaupallisten kuntosalien ja -keskusten kartoitus. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyö.
- Saastamoinen, J. 2010. Iloisempi veronmaksaja. Kauppalehti Optio 1.4.2010.
- Suomen Liikunta ja Urheilu SLU 2010a. Kansallinen liikuntatutkimus 2009-2010, Lapset ja nuoret. SLU:n kalvosarja.
- Suomen Liikunta ja Urheilu SLU 2010b. Kansallinen liikuntatutkimus 2009-2010, Aikuisliikunta. SLU:n kalvosarja.

- Suomen Olympiakomitea 2010. Vancouver-kisaprojektin analyysi kulminoituu viiteen valmennukselliseen johtopäätökseen. Suomen Olympiakomitean verkkosivut; Uutiset. Viitattu: 11.6.2010
<http://www.noc.fi/?x2008=3004632>
- Tilastokeskus 2008. Yritysrekisteri. Suomen yritykset 2008. Viitattu: 8.6.2010
http://pxweb2.stat.fi/Dialog/varval.asp?ma=060_syr_2008_tau_106_fi&ti=Yritykset+toimialoitain+2007-2008++%28TOL+2008%29&path=../Database/StatFin/yri/syr/010_yr_tol08/&lang=3&multilang=fi
- Tilastokeskus 2007. Yritysrekisteri. Suomen yritykset 2007. Viitattu: 8.6.2010
http://pxweb2.stat.fi/Dialog/varval.asp?ma=060_syr_2008_tau_106_fi&ti=Yritykset+toimialoitain+2007-2008++%28TOL+2008%29&path=../Database/StatFin/yri/syr/010_yr_tol08/&lang=3&multilang=fi
- Tilastokeskus 2010. Toimialaluokitus. Viitattu: 8.6.2010
<http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/910-2008/93.html>
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Tutkimus 2-3 vuotta toimineiden yritysten palvelutarpeista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Työ ja yrittäjyys 24/2010.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2009. Työllisyyskatsaus 2009. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Työ ja yrittäjyys 54/2009.
- Öhrnberg, P. 2010a. Hiki irtoaa kuntosaleissa taantumasta huolimatta. Kauppalehti 18.5.2010.
- Öhrnberg, P. 2010b. Lasten liikunta-motivaattori ponnistaa maailmalle. Kauppalehti 1.6.2010.

Liite 1

ASIAANTUNTIJAHAASTATTELUT

Vesa Grahn, OSKE matkailu- ja elämyspalveluohjelman johtaja, Culminatum Oy 25.5.2010

Riitta Hämäläinen-Bister, toiminnanjohtaja, Suomen Kuntokeskusyrittäjät SKY ry, toimitusjohtaja, Deviation Finland Oy 26.3.2010

Eki Karlsson, toiminnanjohtaja, Suomen Latu ry 25.3.2010

Mikko Koivu, työpaikkaliikunnan päällikkö, Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 6.5.2010

Sirpa Korkatti, seuratoiminnan asiantuntija, SLU ry 12.3.2010

Virpi Kuitunen, hiihdon moninkertainen MM- ja olympiamitalisti 26.5.2010

Iiro Lahdenranta, urheilumanageri, Bloom Group Oy 23.4.2010

Christina Nurmi, toimitusjohtaja, GymiCom Oy 13.4.2010

Auli Pekkala, lehtori, huippu-urheilijoiden yrittäjäaines väitöskirjatyö, HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulu 6.5.2010

Karoliina Ylösjoki, toimitusjohtaja, Naisten kymppi, Ilometri Oy 23.4.2010

Tarja Römer-Paakkanen, yliopettaja, dosentti, liiketalouden koulutusyksikkö, HAAGA-HELIA Ammattikorkeakoulu 25.5.2010

Petra Tarjanne, ylitarkastaja, luovat alat, työ- ja elinkeinoministeriö 7.5.2010

Niko Tuominen, hyvinvointialan konsultti, FitThinking, Federation of International Sport Aerobics and Fitness, Business komitean puheenjohtaja 6.5.2010

Jukka Valtanen, toimitusjohtaja, Helsingin IFK 23.4.2010

Pekka Vähätalo, seniorikonsultti, kansainvälinen konseptointi, Nuori Suomi ry 13.4.2010

Liite 2

JALOSTAMO-KLINIKAT

| Päivämäärä | Osallistujia | Järjestäjätaho, paikkakunta |
|-----------------|--------------|--|
| 5.2. | 8 | YritysHelsinki, Helsinki |
| 9.2. | 6 | Posintra, Porvoo |
| 2.3. | 4 | Diges ry, Urheiluopisto Kisakeskus, Helsinki |
| 30.-31.3. | 6 | Diges ry, Urheiluopisto Kisakeskus, Helsinki |
| 28.4. | 1 | Diges ry, Helsinki |
| 7.5. | 2 | Diges ry, Helsinki |
| 27.5. | 7 | Länsi-Uudenmaan Yrityshautomo, Nummela |
| 1.6. | 2 | Haaga-Helia AMK, Helsinki |
| 9.6. | 5 | Länsi-Uudenmaan Yrityskeskus, Lohja |
| | | |
| YHTEENSÄ | 41 | |

Jalostamoklinikoiden sertifioituina asiantuntijoina toimivat Diges ry:n Petteri Huvio, Hanna Kosonen, Pekka Krook ja Helena Pekkarinen.

| | | | | |
|--|---------------------------------|--|------------------------------|------------------------------------|
| Julkaisusarjan nimi ja numero Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen julkaisuja 24/2010 | | | | |
| Vastuualue Elinkeinot, työvoima, osaaminen ja kulttuuri | | | | |
| Tekijät Hanna Kosonen, Luovien alojen liiketoiminnan kehittämissyhistys Diges ry | | Julkaisu-aika Marraskuu 2010 | | |
| | | Julkaisija Uudenmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus | | |
| | | Hankkeen rahoittaja/toimeksiantaja | | |
| Julkaisun nimi Liikunta- ja elämyspalveluala Uudellamaalla - ennakointityö | | | | |
| <p>Tiivistelmä</p> <p>Liikunta- ja elämyspalvelualan ennakointityö ennakoii alan yritysten tulevaisuutta ja toimintaedellytysten sekä -ympäristön muutoksia Uudellamaalla. Liikunta-ala on moniulotteinen ja hajanainen. Ennakointityö koskee laajaa kuvaa alasta, joka pitää sisällään myös elämyspalvelut. Tässä työssä elämyspalveluita on lähestytty liikunnan näkökulmasta, jolloin suuri osa elämyspalvelualasta kuten kulttuurin, kulinarismin ja median kulutuksen aiheet on jätetty työn ulkopuolelle.</p> <p>Liikunta- ja elämyspalveluala on yksi luovista aloista voimakkaimmin kasvava ala. Alan kasvu ei ainoastaan tuota yhteiskunnalle suoraa talouskasvua, vaan toiminnan kasvu lisää välillisesti myös kansalaisten henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Alan ovat työntäneet Uudellamaalla kasvuun erityisesti laatutietoiset kuluttajat, jotka ovat tietoisia terveydestään ja kiinnostuneita hyvinvoinnistaan, mutta myös liikunta- ja urheiluseuratoiminnan murros.</p> <p>Ennakointityön tarkoituksena oli löytää alalta heikkoja signaaleja, joiden avulla alan kasvun alkuvaiheessa Uudenmaan ELY-keskus voisi valmistautua toimenpiteillä tulevaisuuteen. Tavoitteena oli vastata kysymyksiin: millaisia menestymisen edellytyksiä ja mahdollisuuksia liikunta- ja elämyspalvelualalla on olemassa? Mitkä ovat alan tulevaisuuden trendit ja mitä alan tukemiseksi tulisi tehdä?</p> <p>Työn perusteella osaamista tulisi kehittää erityisesti tuotteistamisessa, hinnoittelussa, myynnissä ja markkinoinnissa. Toimiala on suhteellisen sisäänpäin kääntynyt, mikä voi olla este alan todelliselle menestykselle. Hyvinvointia ovat edistämässä myös sosiaali- ja terveys- sekä matkailualan ja muiden luovien alojen toimijat ja näiden kaikkien tahojen kesken on syytä voimistaa vuoropuhelua. Tällä hetkellä yrittäjien asiakkaina ovat lähinnä paljon liikkuvat aikuiset, kun potentiaalisia asiakkaita on monissa muissakin suurissa ryhmissä. Välittäjäorganisaatioita ei Suomessa alalla juuri ole, joten heidän toimintansa pilotointiin tulee saada kannusteita. Suomen kansainvälisen viennin kehittäminen vaatii eri verkostot. Kansainvälinen vienti tulee tehdä monialaisesti ja uudella laisella menetelmällä.</p> | | | | |
| Asiasanat Liikunta-ala, elämyspalvelu-ala, luova ala, ennakointi, Diges ry, Uudenmaan ELY-keskus | | | | |
| ISBN (painettu) 978-952-257-166-3 | ISBN (PDF) 978-952-257-167-0 | ISSN-L 1798-8101 | ISSN (painettu) 1798-8101 | ISSN (verkkopainettu) 1798-8071 |
| Kokonaissivumäärä 32 | | Kieli Suomi | Hinta (sis. alv 8%) | |
| Julkaisun myynti/jakaja Julkaisu on saatavana vain verkossa: www.ely-keskus.fi/uusimaa/julkaisut | | | | |
| Julkaisun kustantaja Uudenmaan elinkeino, liikenne- ja ympäristökeskus | | | | |
| Painopaikka ja -aika Edita Prima Oy, Marraskuu 2010 | | | | |

| | | | | |
|--|---------------------------------|--|----------------------------|-------------------------------------|
| Publikationens serie och nummer Nylands närings-, trafik- och miljöcentrals publikationer 24/2010 | | | | |
| Ansvarsområde Näringar, arbetskraft, kompetens och kultur | | | | |
| Författare Hanna Kosonen, Utvecklingsföreningen för de kreativa branschernas affärsverksamhet Diges ry | | Publiceringsdatum November 2010 | | |
| | | Utgivare Nylands närings-, trafik- och miljöcentral | | |
| | | Projektets finansör/uppdragsgivare | | |
| Publikationens titel Liikunta- ja elämyspalveluala Uudellamaalla – ennakointityö (Motions- och upplevelsebranschen i Nyland – prognostisering) | | | | |
| Sammandrag <p>Prognostisering inom motions- och upplevelsebranschen förutser framtiden och förändringar inom verksamhetsförutsättningarna och verksamhetsmiljön för företag inom branschen i Nyland. Motionsbranschen är mångfacetterad och splittrad. Prognostiseringen behandlar branschen i ett brett perspektiv som också omfattar upplevelsetjänster. I den här studien har upplevelsetjänsterna dock betraktats enbart ur ett motionsperspektiv och därför har en stor del av upplevelsebranschen, som kultur, kulinarism och mediekonsumtion, lämnats utanför analysen.</p> <p>Motions- och upplevelsebranschen hör till de kreativa branscher som växer kraftigast. Tillväxten inom branschen resulterar inte bara i direkt ekonomisk tillväxt för samhället, utan verksamhetens tillväxt ökar också indirekt medborgarnas psykiska och fysiska välmående. Branschens tillväxt har fått fart i Nyland speciellt av kvalitetsmedvetna konsumenter, som är medvetna om sin hälsa och intresserade av sitt välmående, men även av brytningen inom motions- och idrottsföreningsverksamheten.</p> <p>Syftet med prognostiseringen är att hitta svaga signaler inom branschen, men hjälp av vilka Nylands ELY-central redan i början av branschens tillväxtfas skulle kunna vidta åtgärder för att förbereda sig inför framtiden. Målet var att svara på frågorna: Vilka förutsättningar och möjligheter för framgång finns det inom motions- och upplevelsebranschen? Vilka är framtidens trender inom branschen och vad borde göras för att stödja branschen?</p> <p>Studiens resultat visar att kunskaperna borde utvecklas speciellt inom produktifiering, prissättning, försäljning och marknadsföring. Branschen är relativt inåtvänd, vilket kan vara ett hinder för verklig framgång inom branschen. Välmående främjas även av aktörer inom social- och hälsovårdssektorn samt turismbranschen och andra kreativa branscher, så det finns skäl att förstärka dialogen mellan alla dessa instanser. För närvarande utgörs företagarnas kunder närmast av vuxna som rör sig mycket, men det finns även potentiella kunder i många andra stora grupper. Det finns nästan inga förmedlarorganisationer inom branschen i Finland, så incitament bör införas för pilotprojekt inom den typen av verksamhet. Utvecklingen av Finlands internationella import kräver andra nätverk. Internationell import bör genomföras i samarbete mellan flera branscher och med nya typer av metoder</p> | | | | |
| Nyckelord Motionsbranschen, upplevelsebranschen, kreativa branscher, prognostisering, Diges ry, Nylands ELY-central | | | | |
| ISBN (tryckt) 978-952-257-166-3 | ISBN (PDF) 978-952-257-167-0 | ISSN-L 1798-8101 | ISSN (tryckt) 1798-8101 | ISSN (webbpublikation) 1798-8071 |
| Sidantal 32 | | Språk Finska | | Pris (inneh. moms 8%) |
| Beställningar/distribution Publikationen finns tillgänglig endast på webbplatsen: www.ely-keskus.fi/uusimaa/julkaisut | | | | |
| Förläggare Nylands närings-, trafik- och miljöcentral | | | | |
| Tryckeri, ort och tidpunkt Edita Prima Oy, November 2010 | | | | |

Uudenmaan elinkeino-,
liikenne- ja ympäristökeskus
Asemapäällikönkatu 14
PL 36 00521 HELSINKI
puh. 020 63 60070
www.ely-keskus.fi

ISSN ISSN 1798-8101 (painettu)
ISBN 978-952-257-166-3 (painettu)

ISSN 1798-8071 (verkkojulkaisu)
ISBN 978-952-257-167-0 (verkkojulkaisu)